اخلاق و حقوق در ژورنالیزم

منیژه باختری

اخلاق و حقوق در ژورنالیزم

نویسنده: منیژه باختری

تایپ: شهرنوش

برگ آرایی: ناصر هوتکی

طرح روی جلد: سید محسن حسینی

شمار برگها: ۲۲۰

شماره‌گان: ۱۰۰۰

چاپ نخست: تابستان ۱۳۸۶ هجری خورشیدی، کابل

چاپ دوم: زمستان ۱۳۸۸ هجری خورشیدی، کابل

بنیاد انتشارات پرنیان

شمارهٔ تماس: ۰۷۰۰۲۸۷۵۰۷

پست بکس: ۵۰۳۳، پسته خانه مرکزی، کابل - افغانستان

ایمیل: naserhotaki@yahoo.com

فهرست:

فصل هفتم:

گپی برای آغاز

رسانه ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی در جوامع مدنی که بــه اصــل آزادی بیان و آرای عامه ارج می گذارند، شناخته می شوند. بدون رسانه های آزاد و متعهد مقدور نیست که به جامعه انسانی و آرمــانی و فــضای تساهل و همپذیری دست یافت.

اطلاعات و آموزه هایی که از طریق رسانه ها در دسترس مردم قرار مــی گیرند، اندیشه های آنان را شکل می دهند. امروز جهان سر راه بزرگراه های اطلاعاتی، انقلاب دیجیتال و جهانی شدن قرار دارد و در این میــان نقش رسانه ها به مثابه تــشکل دهنــدۀ افکــار عامــه و ایجــاد جامعـۀ اطلاعاتی غیر قابل انکار است. اطلاعات و شبکه های نوین ارتبــاطی بــا گسترده گی جهان شمول، جهان را چنان در سیطرۀ خود آورده اند کــه عصر امروز را عصر رسانه ها و انقلاب دیجیتال نامیده اند.

در عصر انفجــار اطلاعــات، انــسان امــروزی درمانــده تــر از پــیش در جستجوی هویت و چیستی خود است و در این روزگار بحران زا دغدغه های اخلاقی بیشتر از هر زمانی دیگــر در گفتمــان هــای زنجیــره یــی اندیشمندان مطرح می گردند. خاستگاه این نیاز قرائت عقلانی از ارزش ها و هنجار های اجتماعی است که بیشترینه محصول باز اندیشی انسان روشنفکر از شناخت هویت انسان و جامعه است. در این بــاز اندیــشی، (خوب) و (بد) بررسی شده و (چرا ها)، (باید ها) و (نباید ها) تفسیر مــی گردند. تبیین هنجار های اخلاقی به مفهوم تدریس اخلاق در هویت یک مدرس نیست، بل راه اندازی گفتمان اندیشه یی در حوزۀ اخلاق است تا افراد در پرتو این گفتمان با جهان بینی و نگرش خود بــه فــضایل ارزش بنهند، رذایل را نکوهش نمایند و احساسات خود را به سوی خــوبی هــا سوق بدهند. اخلاق مدرن امروز، بیشتر از باز شناسی و باز گویی هنجار های ارزشی به شرایطی و عواملی که در آن ارزش های اخلاقی در نظــر گرفته می شوند و به چرایی، درست بودن یا نادرست بودن این ارزش ها و هنجارها می پردازد.

آموزه ها و دغدغه های اخلاقی از دیر باز ذهن بشر را مــشغول ســاخته است و در طی سده ها موضوع مورد بحث فلاسفه و اندیــشمندان بــوده است. اخلاق ابعاد وسیعی دارد و در حقیقت همه کارکرد هــای فــردی و اجتماعی انسان ها را در بر می گیرد. اخلاق پدیدۀ نــسبی اســت کــه از یک جامعه تا جامعۀ دیگر، از یک فرهنگ تا فرهنگ دیگر و از یک فــرد تا فرد دیگر ارزش های متفاوتی را در بر می گیرد، از همــین رو بحــث و اجماع در گفتمان اخلاق به دشواری مواجه می شود؛ با این که نمیتــوان انکار کرد که توافق روی پایه های اساسی اخلاق به هر حال میسر است.

هر کشور و هر ملت دارای یک سری ارزش ها و ســنت هــای پذیرفتــه شده است که اخلاق عمومی را در آن جامعه می سازد. هنجار های دینی و مذهبی مهمترین عامل تعیین کننده در اخلاق اند. قوانین و موازین هر کشوری ریشه در دین، اخلاق و سنت های آن جامعه دارد و اندیشه ها و پندار های عمومی جامعه خــلاف ورزی از ایــن چهــارچوب هــا را نمــی پذیرد.

در جهان پر دغدغــۀ امــروز، رســانه هــا در ســاختار هــای اقتــصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی هر کشور نقش بنیادین دارند. رســانه هــا جهانبینی و بینش افراد را در عین حالی که بازتاب می دهند در ساختار و تشکل آن نیز سهم دارند و گرایش صاحبان قــدرت در راهبــرد هــای سیاسی و اقتصادی هر کشوری از طریق رسانه ها بازتاب می یابد. گفتــه می شود که دیگر هرگز در جهان جنگ های خونین با استفاده از ســلاح های دهشتناک صورت نخواهد گرفت؛ زیرا امروز رسانه ها به جــای هــر حربه و نیرویی قرار گرفته اند و در هر امری دخالت می ورزند و همــانند

دارند، خطر وحشتناکی محسوب می گردد. در حقیقت انسان امروز درمانده و شگفتی زده به همه تغییر ها و تعبیر ها می نگرد و خود را در خلای عظیمی می یابد.
اخلاق حرفه یی در تمام علوم و حرفه ها از جمله در ژورنالیزم مطرح است. اخلاق در هر جامعه زیر بنای قانون و طرز زنده گی مردمان آن را تشکیل می دهد. در ژورنالیزم نیز به عنوان یک علم و یک حرفه رعایت اصول اخلاق حرفه یی جوهر کار هر خبرنگار شرافتمند و معتهد را تشکیل می دهد.
ارزش های اخلاقی گفتمان پویاییست که همواره در سرخط بحث ها میان خبرنگاران، مخاطبین و کارشناسان قرار داشته است، اما فراوان چالش ها و دشواری های سر راه خبرنگاران و کارشناسان در کاربرد و پذیرش این مفاهیم در فرایند گزینش، گفت و گو، گزارشدهی و تفسیر رویداد ها نیز وجود دارند. از سوی دیگر برای ایجاد اخلاق حرفه یی نمیتوان اصولنامه ها را الگو دانست؛ برای رسیدن به این آرمان باید به پرورش وجدان فردی و وجدان جمعی پرداخت؛ اما اصولنامه ها خبرنگاران را برای تشخیص این که چه چیزی اخلاقی است و چه چیزی ضد اخلاق و یا غیر اخلاقی، یاری می رسانند.
بدون پیروی اخلاق حرفه یی ممکن است احساسات فردی و جمعی را ضربه زد و اطلاعات نادرست را از منابع و راههای نادرست تهیه کرد و در نتیجه جامعه را به سوی انارشیزم و دنیای غیر حقیقی سوق داد.
همچنان آگاهی و متابعت از قانون رسانه ها و دیگر قوانین که از قانون اساسی نشأت گرفته اند، کارکرد های حرفه یی خبرنگار را در چهارچوب ارزش های پذیرفته شده تنظیم می کند. اخلاق با این که منشای بیشتر قوانین است، اما پدیدهٔ کاملاً متفاوت با قانون و حقوق است. قانون و حقوق با ضمانت اجرایی در ایجاد نظم و استحکام راهبرد های یک نظام عمل می کنند، اما مفاهیم اخلاقی در اندیشه و ذهن یک سلاح از آنها استفاده شود. رسانه ها نظارت بر محیط اجتماعی و اقتصادی را بر دوش دارند و گزارشدهی آنان بر افکار عامه اثر گذار است؛ مشارکت در حیات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را توسعه می بخشند و همزمان با درنظر داشت منافع عمومی و احترام به ارزش های حقوق بشری و انسانی کارکرد های خود را گسترش می دهند.
در جامعهٔ اطلاعاتی، ارتباط یک سویه از میان رفته است و ارتباط دو سویه جاگزین آن شده است. گیرنده گان امروز کنشگران فعالی استند که نیازمندی ارتباط دو سویه را کشف و تجربه کرده اند. برای ایجاد این ارتباط نوین و حفظ آن، رسانه ها باید ساز و کارهای مردمی و مبتنی بر آرای عامه را داشته باشند.
وقتی رسانه ها به عنوان صاحبان قدرت در جهان اطلاعاتی امروز مطرح می گردند، پس باید با راهبرد های مردمی اعتماد مخاطبین را به دست بیاورند و با شرافت حرفه یی که لازمهٔ کار هر خبرنگار مسؤول و متعهد است، ساز و کار های حرفه یی خود را سازمان دهند. به دست آوردن جایگاه شایسته و برتر و تأثیر گذاری مثبت بر اندیشه های عموم مردم بدون به دست آوردن اعتماد و اعتبار مخاطبین به صورت عملی ممکن نیست.
رسانه های جمعی که خود را نماینده گان روشنفکران و عموم مردم می دانند. باید به روش منصفانه به طرح مسایل بپردازند و بدون شک که طرح منصفانه مسایل بدون درنظرداشت قوانین نافذه در کشور و درنظر داشت ارزش های اخلاقی میسر نیست
از سوی دیگر در عصر تکنولوژی و هجوم اطلاعات، که یکی از پیامد های آن سلطهٔ فرهنگی نیز می باشد، دشوار است که مرز های اخلاقی، غیر اخلاقی و ضد اخلاقی را مشخص ساخت. جهانی شدن، مرز ها را شکستانده و برای سنت ها و فرهنگ هایی که از اخلاق تلقی خاصی

در نظر داشتن توازن و صحت در اطلاع رسانی، عدم گرفتن رشوت و مفاهیمی از این دست را رد کند و قابل احترام نداند.

دستیابی به اصل هایی که مورد قبول همه گان در یکی از رشته های علوم اجتماعی باشد، کار دشواری است. اخلاق پدیدهٔ نسبی و متغیر در هر جامعه است که از یک کشور تا به کشور دیگر و از یک فرهنگ تا به فرهنگ دیگر از هم متفاوت است. همین چند گانه گی و تعبیر های متفاوت از اخلاق کار پژوهش در این زمینه را با محدودیت هایی رو به رو می کند. قانون هر کشور ریشه در اخلاق آن دارد. برای راهیابی به فلسفهٔ هر مادهٔ قانون باید دین، فرهنگ و اخلاق آن جامعه را مرور کرد و ریشهٔ ارتباط بین اخلاق و قانون را سنجید.

امروزه در همه کشور های جهان مقررات حقوقی و قانون رسانه های همه گانی تدوین و تصویب شده اند؛ اما بیشتر نهاد های خبرنگاری به این باورند که ممکن نیست اصول اخلاقی کلی و قابل قبول که جنبهٔ کاربردی داشته باشند، تهیه و تدوین گردد که همه بر آن اجماع نظر داشته باشند.

قابل یاددهانیست که نبود اصولنامه های اخلاقی هرگز به این معنا نیست که خبرنگاران اصول اخلاقی را رعایت نمی کنند؛ اما باخبری از مقرره های جهانی و کشوری خبرنگاران را قادر می سازد که بیشتر روی این مفاهیم تمرکز کنند و پدیده های اخلاقی، غیر اخلاقی و ضد اخلاقی را از هم جدا بسازند.

آگاهی از شیوه های حقوقی کشور مادر و کشوری که خبرنگار در آن فعالیت دارد، از اجزای اساسی کنش های خبرنگاری است. عدم شناخت و آگاهی از قوانین نافذ ممکن است که خبرنگار را به چالش های بیشماری مواجه کند. بدون آگاهی از قوانین کشور و مقررات و نظامنامه های مختلف و قانون رسانه ها خبرنگاران مرتکب اشتباه می گردند.

خبرنگار وجود دارند که هیچ قانونی الزامی برای آن تعیین نکرده است، تنها وجدان فردی هر خبرنگار، او را به سوی گزینه های اخلاقی رهنمایی می کند. خبرنگار در سایهٔ وجدان جمعی، وجدان فردی خود را پرورش می دهد. وجدان فردی و شرافت غریزی او را ملزم می سازد که دقت، عینیت و صحت را در گزارشدهی خود از یاد نبرد؛ توازن را بین جناح های درگیر و طرفین رویداد حفظ کند؛ از گرفتن رشوت و هدیه بپرهیزد؛ به حق مردم در دستیابی به اطلاعات و آزادی بیان ارج بنهد؛ در حریم خصوصی افراد داخل نشود و ...

در تمامی علوم، رشته ها و حرفه ها صحبت از پیروی موازین اخلاقی است که از بطن همان علم و حرفه سر برون می کند. در ژورنالیزم که به مثابهٔ یکی از شاخه های علوم اجتماعی و در عین زمان به عنوان یک فن مطالعه می گردد، دغدغهٔ اخلاق حرفه یی در کارکرد های خبرنگاران و فرآورده های ژورنالیستی از دیر زمانی بدینسو مطرح بوده است. خبرنگاران و نهاد های خبرنگاری نظر به عوامل مختلف چون وجدان فردی، وجدان اجتماعی، دین و اومانیسم ارزش های اخلاقی را مراعات می کنند و خلاف ورزی از آن را نمی پذیرند. این ارزش ها گاهی تدوین شده و مکتوب می باشد؛ اما در مواردی که اصل تنظیم شده و مکتوبی هم در زمینه وجود ندارد، غالباً خبرنگاران خود را ملزم به رعایت این اصول می دانند

تدوین یک اصولنامه که مورد تأیید همه نهاد های خبرنگاری باشد، یکی از ارکان مهم و بنیادین کارکردهای ژورنالیزم را تشکیل می دهد. نباید این حقیقت را از نظر دور داشت که نمیتوان اصولی را مطرح کرد که مورد قبول همه گان باشد، اما در هر حال اصول اخلاقیی در سراسر جهان وجود دارند که می توانند مورد قبول همه خبرنگاران بدون در نظر گرفتن دین، مذهب، نژاد، زبان و ساحه زیست باشند. هیچ کسی نمی تواند احترام به حقیقت، واقعیت گرایی، احترام به حریم خصوصی،

سرخ مبارزه، زمانی رنگ سیاه اختناق و زمانی رنگ سپید بالنده گی و شگوفایی قامتش را پوشانیده است.

افغانستان در برهۀ کنونی زمان با کمیت و کیفیت رو به رشد رسانه ها مواجه شده است. این امر از یک سو باعث بیداری عامه، تشکیل جامعۀ مدنی و پلورالیزم سیاسی گردیده است و از سوی دیگر به حیث عامل باز دارنده و هشدار دهنده برای مراجع قدرت است و به نحوی کنش ها وکارکرد های دولت، حکومت و پارلمان و دیگر نهاد های قدرت را از پرویزن نقد گذشتانده و آنان را متوجه وظایف خطیر و بزرگ شان ساخته اند و مسؤولیت های بزرگ شان را یاددهانی می کنند.

آزادی رسانه ها و آزادی بیان که پیامد چند سال پسین در کشور است با تلاش های دست اندر کاران عرصۀ ژورنالیزم این باورمندی را به وجود آورده است که رسانه های افغانستان از قدرت شگفتی انگیزی برخوردار شده و اعتماد مخاطبین را به دست آورده اند و تنها با مراعات کردن موازین اخلاقی و متابعت از شیوه های حقوقی مسجل است که می توانند این موقف و حیثیت را برای خود حفظ کنند.

رسانه ها و خبرنگاران برای رسیدن به این مأمول و به دست آوردن اعتماد مخاطبین نیاز به درک مسایل پیرامونی کشورشان دارند. از سوی دیگر آگاهی از قوانین نافذۀ کشور و مراعات اخلاق حرفه یی که مبانی هر حرفه و علم را تشکیل می دهد، آنان را هر چه بیشتر در کار خلاق شان نیرومند می سازد.

پژوهش و تحقیق علمی، زمینۀ گسترش، پیشرفت و ترقی در یک کشور است. بدون یافته های علمی و دریافت معلومات جدید نمیتوان به اهداف عالی که کشوری را به سوی تعالی و پیشرفت میکشاند، نایل شد.

با تأسف در افغانستان در زمینۀ حقوق و اخلاق حرفه یی در ژورنالیزم پژوهش کامل و درخور صورت نگرفته است تا دانشجویان و دانش پژوهان و مبتدیان این رشته به صورت عملی معیار های تدوین شده یی

گاهی این خطا ها خبرنگار را به چالش های جدی مواجه می کند و حتا خطر به زندان رفتن و محاکمه شدن آنان نیز مطرح شده می تواند.

آگاهی از قانون رسانه های همه گانی در سرخط کارکرد ها و کنش های خبرنگار قرار می گیرد. هرگاه خبرنگار با قانون رسانه ها آشنا نباشد، در فرایند کارهای عملی خود با دشواری های متعددی برخواهد خورد و حتا ممکن است که منافع ملی را به خطر بیندازد و اعتبار رسانه یی را که در آن مصروف کار است، ضربه بزند.

اگر رسانه ها در جریان عملکرد ها و کارکرد های خود اعتماد و توجه مخاطبین را به دست نیاورند، به شکست مواجه می شوند. برای به دست آوردن این جایگاه ویژه، رسانه ها ملزم به اطاعت از قوانین نافذه و ارزش های قابل احترام در یک کشور اند. احترام به اخلاق و معیار هایی که در سراسر جهان قابل قبول اند باید در سرخط کارکرد های یک رسانه قرار داشته باشند. اخلاق و حقوق در عرصۀ کار رسانه ها از مباحث عمده و کلیدی به شمار می روند که بدون معرفت با این پدیده ها و مفاهیم کار یک خبرنگار به هیچ صورت تکمیل شده نمی تواند. بناً هر خبرنگار باید از حقوق رسانه ها و اخلاق حرفه یی در ژورنالیزم آگاهی داشته باشد و به صورت حرفه یی آنها را به کار ببندد. عدم آگاهی در این زمینه ها نه تنها به حیثیت خبرنگار صدمه می زند؛ بلکه اعتبار رسانه را هم پایین خواهد آورد.

رسانه ها در افغانستان از پیشینۀ طولانیی برخوردار استند و در جریان این تاریخ با فراز ها و فرود های زیادی بر خورده اند. افغانستان با نشر جریدۀ شمس النهار در سال ۱۲۹۰ هجری قمری پا به خانوادۀ مطبوعات گذاشت. از آن تاریخ تا امروز تاریخ رسانه های افغانستان آیینه یی است که چالش ها، تنش ها، بالنده گی ها و دشواری های گونه گونی را بازتاب داده و زنگار هایی از هر دست را تجربه کرده است؛ زمانی رنگ

فرهنگ و توریزم خواستند تا تعدیلاتی در قانون رسانه ها به وجود بیاید. بر بنیاد همین خواست دیری نگذشت که قانون جدید در پانزدهم حمل سال ۱۳۸۳ در ده فصل و ۴۳ ماده تصویب گردید. قانون قابل اجرای فعلی در پانزدهم جدی ۱۳۸۴ در ۹ فصل و ۴۲ ماده تصویب گردید. این قانون از سوی پارلمان در بهار سال ۱۳۸۶ دوباره تعدیل شد و همین اکنون در مشرانو جرگه در انتظار تأیید و تصویب به سر میبرد.
این تغییرات یک سلسله دشواریهایی را در این پژوهش که دو سال قبل تکمیل شده بود، به وجود آورد و کار را به درازا کشانید.
به منظور تدوین یک اصولنامهٔ اخلاقی پرسشنامه یی تهیه شده و به عده یی از خبرنگاران سپرده شده بود که با تأسف این پرسشنامه ها بدون پاسخ باقی ماندند و در نتیجه فرایند به وجود آمدن یک اصولنامهٔ معیاری عملاً به ناکامی انجامید.
(اخلاق و حقوق در ژورنالیزم) در برگیرندهٔ اخلاق رسانه یی و نظام های حقوقی است که در عین حال مقایسهٔ مفاهیم عمومی اخلاق و حقوق و همگونی ها و ناهمگونی های آن را نیز با خود دارد.
در فصل نخست این رساله نگاهی داریم به مفهوم کلی اخلاق و اندیشه ها و دیدگاه های فیلسوفان کلاسیک و معاصر. در این قسمت کوشش شده است که تیوری اخلاق و نقش آن در ساختن جوامع و تأثیر آن بر افکار، اندیشه ها و دیدگاه های مردم بررسی گردد و تیوری های اخلاقی به صورت مقایسه یی مطرح گردند و ارزش های اخلاقی جوامع در این تیوری ها شناسایی و ریشه یابی گردند.
اخلاق رسانه یی و پیشینهٔ پیدایی اصولنامه های اخلاقی و همچنان دیدگاه های کارشناسان و نهاد های اطلاعاتی در فصل دوم تشریح و تفسیر گردیده اند؛ این فصل تبیین می دارد که چگونه نخستین افکار پیرامون تشکیل موازین اخلاقی و حرفه یی به میان آمده است و چگونه

را در دسترس داشته باشند و از آن استفاده کنند. چنانچه این پژوهش اگر اولین نباشد، از اولین هاست و با همه کاستیها آغازیست برای کارهای بهتر و بایسته یی پژوهشگران و خبرنگاران.
در (اخلاق و حقوق در ژورنالیزم) بیشترینه پژوهش کتابخانه یی صورت گرفته و از منابع فراوان و کتاب های برگردان شدهٔ اندیشمندان بزرگ دنیا که امروز در دسترس اند، استفاده شده است. منابع مختلف در زمینه اخلاق در ژورنالیزم وجود دارد؛ اما استفاده از چنین منابعی که کاربرد در فرهنگ های بیگانه دارند، دشواری هایی را به بار می آورد، زیرا پژوهشگر ملزم است تا با درنظرداشت شرایط اجتماعی و تاریخی کشور خود از منابع استفاده کند. بیشترینه منابع در این پژوهش و تألیف، قانون ها و اسناد ملی و بین المللی بوده است و از قانون اساسی، قانون رسانه های همه گانی، قانون جزا و قانون مدنی افغانستان و کنوانسیون های بین المللی و منطقه یی استفاده زیادی صورت گرفته است. قسمت هایی از آن با مراجعه به وزرات اطلاعات و فرهنگ و به دست آوردن اطلاعات در مورد سیستم و شیوه های کار بخش نشرات آن وزارت تکمیل گردیده است.
در چند سال پسین قانون رسانه های همه گانی چندین بار با دگرگونی و تعدیل مواجه شده است. هرگاه به تاریخ افغانستان نظر انداخته شود، با تغییر و تبدیل نظام ها و اشخاص قوانین نیز تعدیل و تغییر یافته اند. در صد سال اخیر مردم بار ها شاهد تصویب و تعدیل قانون اساسی و قانون رسانه های همه گانی هستند.
بعد از معاهدات بن قانون رسانه های همه گانی در ۹ فصل و ۴۹ ماده در هژدهم حوت سال ۱۳۸۰ نافذ شد. این قانون به انحصار دولت در تأسیس رسانه های الکترونیکی و خبرگزاری ها پایان بخشید و به بخش خصوصی حق فعالیت داد. در سال ۲۰۰۲ میلادی سیمینار بزرگ رسانه ها در کابل برگزار گردید. جامعهٔ مدنی و رسانه ها از وزارت اطلاعات و

به میان آمدن یک نگاه عمومی و معتدل با درنظر داشت هنجار های دینی و اخلاق عمومی جامعه کمک خواهند کرد.

در اخیر از جناب پوهاند محمد کاظم آهنگ دانشمند ستوده که با دلسوزی و روحیه اکادمیک کمک ها و همکاری هایش را از من دریغ نکردند و مشفقانه به رهنمایی من پرداختند و نیز از پوهنوال عبدالرسول سعید و پوهنمل جاویده احمدی که در هر مرحله با رهنمایی و مشوره های سودمند خود این تحقیق را به پایۀ اکمال رساندند سپاسگزاری می کنم.

امیدوار استم که متن حاضر -که به هیچ وجه کامل و کافی نیست به عنوان مواد ممد درسی برای دانشجویان این رشته و خبرنگاران کارآ و مفید باشد و سر آغازی باشد برای پژوهش بیشتر و بهتر کارشناسان عرصۀ ژورنالیزم.

منیژه باختری
کابل، تابستان ۱۳۸۶

پدیده های ذهنی در این ارتباط مراحل رشد خود را پیموده و به شکل کتبی و تدوین شده در آمده اند.

فصل سوم به مفاهیم عمدۀ اخلاق حرفه یی در ژورنالیزم می پردازد و موضوعاتی چون حقیقت، عینیت، صحت، دقت، حق پاسخ، آزادی بیان، آزادی مطبوعات، استثنا های آزادی بیان و آزادی مطبوعات، حفظ منابع محرمانه، عدم تبلیغ جنگ، خشونت،نفرت و تبعیض نژادی، اخلاق حرفه یی ژورنالیستی در رسانه های مربوط به کودکان و نو جوانان و... را در رسانه ها بررسی می کند. تفسیر این مفاهیم می توانند زمینه ساز ایجاد مقررات حرفه یی و اخلاقی برای خبرنگاران گردند.

فصل چهارم مفاهیم حقوق، قانون و اخلاق را به صورت علمی تشریح می کند و همسانی ها و ناهمسانی ها میان آنها را بر می شمرد و اختلاف در قلمرو هر یک را شناسایی میکند.

فصل پنجم مشمول حقوق مطبوعات است که به معرفی نظام های حقوقی و چگونه گی آن نظام ها در کشور های مختلف و شیوه های حقوقی تأسیس مطبوعات می پردازد.

فصل ششم در برگیرندۀ مباحثی چون جرم، جرم مطبوعاتی، جریمه ها، تخلف ها، محاکم مطبوعاتی و کمیسیون بررسی تخلف های رسانه یی است.

حقوق مالکیت های فکری و کاپی رایت در فصل اخیر این رساله بررسی شده است. آگاهی و دانش از حقوق مالکیت های فکری که هر چند در افغانستان تا حال به شکل تدوین شده وجود ندارد، نیازی برای همه کسانی که در کار رسانه ها هستند، می باشد.

جا یافتن قانون رسانه ها که به صورت پیوست در این رساله آمده است، کار پژوهش را برای علاقه مندان آسان می سازد و در عین زمان مقرره های اخلاقی چند کشور که به عنوان پیوست اول در این رساله وجود دارند، برای درک و دریافت و اجماع عمومی در مورد مفاهیم اخلاقی و

فصل اول
اخلاق

فصل اول

اخلاق

بدون اخلاق اجتماعی، اجتماعات نابود می گردند و بدون اخلاق فردی، بقای جامعه ارزشی ندارد. بنابر این برای بقای یک دنیای خوب، اخلاق اجتماعی و اخلاق فردی مساویانه لازمند.

برتراند راسل

اخلاق به معنای خلق ها جمع اسم عربی است. در زبان یونانی معادل آن Ethics است که از ethos مشتق شده است. در مصطلح اخلاق یکی از شاخه های فلسفه شمرده شده و به نام یک علم مطالعه می گردد. می توان گفت: " اخلاق علم روابط موجود بین اندیشه ها، اراده ها و کردار های آدمیان است به همان نحوی که هندسه علم روابط موجود بین اجسام است." [1]

هدف از اخلاق تشویق مردم به ارزشهای خوب، باور های پسندیده و اعمالی که برای بشریت مثبت و خوب انگاشته می شوند، است. اخلاق در هر دورهٔ تاریخ مشخصاتی ویژه یی داشته و همواره تابع نگرش ها و خواست های عمومی جامعه بوده است. پس اخلاق را نمی توان جدا از فرهنگ و باور های یک جامعه پنداشت.

اخلاق آن پدیده های نسبی و متغیر در جوامع مختلف است که دارای ارزشنما ها و شاخص های یکسانی نیست. تا امروز مقررات و قوانین اخلاقی تدوین شده یی وجود ندارند که قابل تایید هر جامعه یی باشند؛ اما بخشی از این ارزشنما ها در همه جا یکسان پذیرفته شده اند. بیشتر کارشناسان برآنند که رسم، سنت و شیوه های زنده گی در یک اجتماع اخلاق آن جامعه را می سازد؛ پس با درنظر داشت این دیدگاه هر مسأله یی را که آن اجتماع خوب بداند، نیک است و آنچه را که شر بداند، بد است و اخلاق نظر عموم و مروج همان جامعه در مورد پدیده یی است. اما کسانی هستند که چنین نمی اندیشند؛ آنان چنین استدلال می کنند که نمیتوان هر پدیده یی را به دلیل این که اکثریت جامعه آن را می پسندند، اخلاقی دانست و اصولاً نظر اکثریت به معنای ارجحیت دادن به امری نیست. در این مورد میتوان به بعضی دیدگاه ها استناد کرد. به گونهٔ مثال در بعضی از جوامع اکثریت افراد آن به زنان به مثابهٔ موجودات درجه دوم که از عقل کمتری برخوردارند، می نگرند و زنان را در کارهای اجتماعی و سمت های کلیدی تاثیر گذار حقی نمی دهند و با خشونت با آنان برخورد می کنند. آیا چنین امری را تنها به دلیل پذیرش عمومی میتوان اخلاقی دانست؟

تعدادی از جامعه شناسان به نقش نیرومند دین در تشکل اخلاق اشاره دارند و مذهب را عامل به وجود آمدن اخلاق و سوق انسان به سوی نیکی ها و پرهیز از شر می دانند. یعنی دین عاملی است که اخلاق را حفاظت می کند و اجتماعی که از دین بی بهره است به تدریج اخلاق خود را از دست می دهد. در غالب جوامع دین با اخلاق پیوند ناگسستنی دارد و غالباً هر اصل دینی به یک اخلاق رایج مبدل شده است و هر ارزشی که در تباین با ارزش های دینی قرار گیرد، غیر اخلاقی شمرده می شود. اما نباید فراموش

کرد که این اصل بیشترینه در جوامعی که دین با سیاست و دولت پیوند دارد، مطرح می گردد.

در یک نتیجه گیری کلی میتوان گفت که یک مسأله و پدیده برای عده یی اخلاقی است و در آن خلافی را مشاهده نمی کنند، در حالی که همان مسأله برای کسانی دیگر غیر اخلاقی و یا ضد اخلاقی است.

امروز کوشش بر آن است تا هنگام صحبت از اخلاق جنبه ها و شاخصه های عمومی آن را بشمارند و به آن جنبه فردی و قومی ندهند، در محتوای آن فضیلت و ارزش های خیر که در نهاد انسان موجود است، برجسته گردد و در اعتلای و بالنده گی آن کوشش شود.

در جریان دوره های تاریخی انسان هنگامی هویت می یابد و ((پدیدار شدن)) را به آزمون می گیرد که ارزش خیر Goodness را در کردار و ارتباطات خود با دیگران شناسایی می کند و به مفاهیم چون صداقت، محبت، عشق، مصلحت، حرمت به حیثیت انسان، نیکی و نیک اندیشی و ... می پردازد و در شناسایی این فضیلت ها و ارزش ها از تجربه ها و غریزه های خود استفاده می کند.

برای نخستین بار افلاتون در قرن چهارم قبل از میلاد به مفهوم فلسفی خیر پرداخته است. او باورمند بود همان سانی که نور آفتاب برای طبیعت ضروری است، مفهوم و تفکر خیر هم برای فهم انسان و کردار او در کل جامعه نیاز مبرم است. نظریه خوب زیستن به این مفهوم است که انسان هم سعادتمند باشد و هم پایبند اخلاق و برای رسیدن به این هدف نیاز است تا انسان عادل باشد.

اندیشه ورزان به عدالت و اخلاق از پشت شیشه های عینک تفکر خود نگریسته اند از این رو نمیتوان به یک تعریف جامع و مانع از آن دست

یافت، اما در عین حال در مورد بخش هایی از اصول اخلاقی بین همه انسان ها اجماع وجود دارد.

برای درک بهتر نظریه ها و رویکرد ها به اخلاق باید این دو مورد را در نظر داشت:

- باور ها و اعمال اخلاقی از یک فرهنگ تا فرهنگ دیگر متفاوت استند. اخلاق در بنیاد از یک شخص تا به شخص دیگر و از یک فرهنگ تا به فرهنگ دیگر فرق می کند. تنوع فرهنگی و تفاوتها، دیدگاه های ناهمگونی را در مورد اخلاق پدید می آورد.
- بنیادهای اخلاقی بر محور طبیعت بشر و وضعیت بشر استوار اند؛ به این معنا که عقل، عواطف، لذت، درد، مرگ در تعیین این اصول نقش برجسته یی دارند.[2]

رویکرد های اخلاقی:

بر بنیاد نظریات اندیشمندان در طول سده ها، چهار نگرش اخلاقی را میتوان مشخص کرد:

۱– نسبی نگری اخلاقی:

در جهان، فرهنگ های متعددی وجود دارند که نشان دهندهٔ باورها، سنت ها و ارزش های متفاوتی هستند. در حقیقت تنوع فرهنگی بحث نسبی نگری اخلاقی را راه می اندازد. نگرش نسبی نگری به تنوع فرهنگی باورمند است و حکم می کند که دیدگاه ها و بینش افراد در مورد موضوع واحد، در عین حال که متفاوت، متناقض و ناهمسان هستند، می توانند همه درست باشند.

در این نگرش میتوان بعـضی از کـنش هـا را در بعـضی شـرایط مناسـب و اخلاقی و در شرایط دیگر نامناسب و غیر اخلاقی دانست. بدین مفهـوم کـه عملکردی در عین زمان هم می تواند درست باشد و هـم نادرسـت و داوری دوگانه در مورد مفهوم یگانه در دو فرهنگ جداگانه متصور است بدون اینکه به اصل اخلاق صدمه زده شود. اما در نظریه نسبی نگـری نمیتـوان راهکـار های را دریافت که کنش ها و آداب درست و نادرست را بر بنیاد آن تفکیک کرد.

در درون این نگرش دیدگاه های نه چندان همگـونی مـشاهده مـی گـردد. دیدگاهی را که در آن کنش های اخلاقی را برای افراد یک فرهنگ یکـسان و برای افراد فرهنگ دیگـر متفـاوت مـی دانـد، نـسبی نگـری فرهنگـی یـا اجتماعی Cultural Relativism نامیده می شود؛ اما هرگاه رویکرد های اخلاقی از یک فرد تا به فرد دیگر متفاوت دانسته شود، نسبی نگری افراطی Extreme Relativism نامیده می شود.

نسبی نگری مهمترین نگرش بر اخلاق است که بحث هـای متعـددی را بـر می انگیزد. موافقان نگرش های عام نگری و مطلق انگـاری اخلاقـی معتقـد استند که نسبی نگری مـوازین اخلاقـی را بـرهم مـی زنـد، چـون افـراد بـا درنظرداشت نسبی بودن، عملکرد های خود را تعبیر می کنند.

پرسشی طرح می گردد که آیا ارزشها و سنت هـای نهادینـه شـده در یـک فرهنگ می توانند در فرهنگ دیگر قابل قبول باشند. اگر چنـین باشـد آیـا ظلم و ستم و خشونت هایی که بر زنان در بعضی از فرهنگ ها اعمـال مـی گردد و ارجحیت دارد، با پذیرش تنوع فرهنگی اخلاقی دانسته می شود و یا خیر؟ چه ملاک اخلاقی برای عملکرد های متفاوت در مـورد رویـداد واحـد میتواند وجود داشته باشد؟

با این همه نمیتوان انکار کرد که با وجود پذیرش تنوع فرهنگی امکان ایجاد توافق روی پایه های اساسی اخلاق وجود دارد و مفاهیم چون مهرورزی بـه انسان، محبت، نیکی، راستگویی و صداقت را نمیتوان نسبی دانـست، چـون این پدیده ها نشانگر اخلاق و فضیلت در هر جامعه استند.

۲– عام نگری اخلاقی: Ethical Universalism

فلسفه این نگرش در این است که اگر دو نفر در مورد درست و یـا نادرسـت بودن یک پدیده و کنش واحد اختلاف نظر داشته باشند، یکی از این دو بـر حق نیستند.

این نگـرش، اخـلاق را از ساخته هـای انسان و پاسـخی بـرای نیـازهای او می داند و تأکید می ورزد که آنچه از نظر اخلاقی درست و یا نادرست تعبیر می گردد، برای همه یکسان است.

۳– مطلق انگاری اخلاقی: Ethical Absolutism

بر بنیاد این نگرش میتوان گفت که یک ((قانون اخلاقی جاودانـه و ثابـت)) است که ((ورای عالم طبیعت)) برای همه گان در تمام ((زمـان هـا و مکـان ها)) همگون است. در این قانون احساسات جایی ندارند.

مطلق نگری جزم اندیشانه، پدیده های اخلاقی را به صورت واحد تفسیر می کند و آن را مجموعه یی از برداشت های یکسان در مورد پدیده ها می داند. بیشتر باور های رایج در سده هـای گذشـته بـر آن بودنـد کـه در طبیعـت هماهنگی کامل وجود دارد، بنابر آن چیز های واقعی و ارزشمند نمی توانند، در تضاد با هم باشند؛ پس اخلاق عمومی هماهنگ و موزون است که در آن نمیتـوان تلاقـی ارزش هـا را نگریـست. کوندورسـه Condorcet (دایـره المعارف نویس رادیکال که در دوران انقلاب فرانسه در یکی از زندانها جـان

سپرد- قرن ۱۸) می گوید: "طبیعت، حقیقت و سعادت و فضیلت را با زنجیر ناگسستنی به هم پیوسته است."[۳]

روسو قوانین اخلاقی را مطلق می داند. او این مقررات را ((مقدس)) دانسته و میگوید که به هیچ صورت ساخته و پرداختهٔ ذهن انسان ها نیستند، بل ((ابدی، جهان شمول و مطلق اند.))[۴]

از دیدگاه روسو هماهنگی طبیعت بدین معناست که انسان موجود طبیعی است و طبیعی بودن مساوی است به نیک بودن. پس چون انسان موجود طبیعی و نیک است، مقررات اخلاقی نیز مطلق اند و آنها را نمیتوان به چند صورت متفاوت شرح داد.

۴– مشروط انگاری اخلاقی: Ethical Conditionalism

این نگرش که (نظریه وابسته گی Dependency Thesis) نیز نامیده می شود، اخلاق را وابسته به طبیعت بشر و جهان ماحول انسانها می داند. بدین مفهوم که طبیعت بشر و جهان ماحول، اخلاق را ((تعیین و یا مشروط)) می کند. محور این نگرش این است که اخلاق کردار انسان را هدایت می کند.

نظریه های اخلاقی:

تعارض در تعیین شاخه های اخلاقی از دشواریهای عمده بحث های فلسفی - اخلاقی است. شاخصه های همچون راستگویی و شرافت در تمام فرهنگ ها، نمود های اخلاقی استند؛ اما پرسش هایی را که فلاسفه طرح می کنند این است که این کنشها چرا درست و یا نادرست اند.

با رویکرد های گونه گون به اخلاق و ناهمگونیهای فرهنگی و اقتصادی جوامع، دشوار است که به اصول کلی و بنیادین که در همه جا قابل قبول باشند، دست یافت. این دشواری و جستجوی یک اصل واحد در اخلاق

همواره سر راه فلسفه قرار داشته است. گروهی به این باورند که با ترتیب کردن قواعد، کردار را باید در قاعدهٔ منظمی در آورد نه منش و شخصیت را. (در فلسفهٔ اخلاق این رویکرد را قانون پرستی اخلاقی Ethical Legalism می نامند و از آن چنین تعریفی می دهند: "حسن و قبح اعمال تنها با قواعد، اصول یا فرمانها تعیین می شود."[۵]

عده یی از نظریه های اخلاقی در ارتباط به همین رویکرد شکل گرفته اند. در یک نگرش کلی نظریه های فلسفی اخلاقی را چنین میتوان رده بندی کرد:

خود محوری اخلاقی: عملکرد های انسان باید طوری باشند که بر محور خیر شخصی بچرخند و این خیر را به حد اکثر برسانند.

اخلاق مبتنی بر قانون طبیعی: اندیشه ورزانی، قانون طبیعی را بر همه چیز مرجع می دانند و انسان را در عملکرد های اخلاقیش وابسته به طبیعت می دانند.

مکتب کانت: با درنظرداشت اندیشه های کانت، رفتار و کردار انسان باید طوری باشد که در تمام جهان کارآیی داشته باشد.

سود نگری: بر پایه این بینش، انسان باید خیر اندیش باشد و این خیر را به حد اکثر آن برساند.

اصل عدالت: عدالت پایهٔ اخلاق است، پس انسان باید عادل باشد و عادلانه رفتار کند.

اخلاق مبتنی بر محبت: این انگاره انسان را ملزم به رفتار محبت آمیز دانسته مهرورزی و محبت را پایه بنیادین اخلاق می داند.

اخلاق مبتنی بر عدم خشونت: این اصل رفتار خشونت آمیز را نکوهش می کند و بالنده گی اخلاقی را در کردار مبنی بر عدم خشونت می داند.

نظریه فرمان الهی: این نظریه را دین گرایان مطرح کرده اند. بر پایهٔ این نظریه اوامر و فرمانهای خداوند در هر حال باید اطاعت گردند؛ چون حقیقت، عدالت و اخلاق جز این نیست.[۶]

دانشمندان مسیحی با پیروی از رهنمود های عیسی محور مسایل اخلاقی را ((ترجیح دیگری بر خود)) می دانند. اچ. جی. استوکر H.G.Stoker در تفسیر عقاید عیسویان مومن می گوید که فردی بودن انسان را باید طوری تفسیر کنیم که واضح گردد که انسان فرزند خداست و ارتباط و خویشاوندی عمیق و نزدیک با خدا دارد.[۷]

پس بشر نمایندهٔ خدا بر روی زمین است و اعمال بشر باید بازگو کنندهٔ اراده خداوندی باشد و مهرورزی و مرجع دانستن دیگران بر خود را مقدم بداند چون تعهد و مسؤولیت تفاوت بنیادین انسان با حیوانات است. استوکر همچنان مسؤولیت و جایگاه انسان را به عنوان نایب خدا در روی زمین چنین رده بندی می کند:

- □ "آدمی مؤظف است که بر طبیعت و نیز برخود سلطه یابد،
- □ فرهنگ بیافریند،
- □ از همه چیز هایی که خداوند به او سپرده است، مراقبت کند،
- □ خدا را بپرستد و حافظ مذهب باشد، یعنی به ندای فراگیر خداوند لبیک بگوید."[۸]

اخلاق از دیدگاه فلاسفه:

سقراط:

سقراط با آن که به خدای یگانه باور داشت، ولی یک قانون اخلاقی ثابت را که بر مبنای الهیات پایه گذاری شود، رد می کرد. از دیدگاه او باید اصول

اخلاقی مستقل از عقاید دینی باشند تا افراد متدین و بیدین با آن به طور یکسان برخورد کنند.

او می گفت: "چنین اصولی در برابر تزلزل علوم دینی و الهی، پایدار و ثابت خواهد ماند و اشخاص سرکش و نافرمان را به اعضای مطیع و فرمانبردار یک اجتماع مبدل خواهد ساخت." [۹]

سقراط به فضیلت، بصیرت، عقل و دانش ایمان داشت. او معتقد بود که انسان با هوش و با اطلاع می تواند بر امیال و شهوات خود پیروز گردد و اجتماعی را به وجود آورد که بر پایه های عقل و دانش و خرد استوار باشد و اخلاق اجتماعی هم چیزی جز این نیست.

سقراط خیر را حکمت می دانست، چون لذت در ذات خود نمی تواند خیر تلقی گردد و لذتی که در آن معنا نقش نداشته باشد، بی مفهوم ویژه حیوان است.

افلاتون:

افلاتون در کتاب مشهور خود ((جمهوریت)) طرح یک ((مدینه فاضله)) را می ریزد. او بعد از این که نکته هایی را در مورد تربیت نسل، صحت و سلامت و جسم او بر می شمارد، به موضوع اخلاق می پردازد. او حکومت مطلوب خود را دارای ارزش های جسمی و روحی می داند. او، اما به علاوه یک پایهٔ اخلاقی را نیز برای افراد لازمی می پندارد. افراد یک اجتماع در برابر هم مسؤولیت هایی دارند و باید همکار و همیار هم باشند. اما چگونه میتوان این احساس را تقویت بخشید و آن را در جامعه پایدار ساخت؟ افلاتون پاسخ می دهد: "با یک قدرت فوق طبیعت"

او خدا و مذهب را در پیدایی اخلاق و ضمانت اجرایی آن در جامعه ضروری می داند.

افلاتون خلاف نیچه می گوید که عدالت صرف حق قوی ها نیست، بل توافق و هماهنگی کل است و اخلاق با همیاری و تعاون آغاز می شود. هر فـرد در اجتماع باید قسمتی از آزادی ها و اختیارات شخصی خود را به خاطر نظم و ترتیب جامعه از دست بدهد.[۱۰]

ارستو:

ارستو برای هر پدیده یی سه مرحله را مشخص مـی کـرد. او مرحلـۀ اول و آخر را افراط و تفریط می داند و مرحلۀ میـانی را فـضیلت و کمـال. ناگفتـه نباید گذاشت که او حد میانی را به معنای هندسی آن پیـشنهاد نمـی کنـد (حد میانی به مفهوم نقطه یی نیـست کـه از هـر دو طـرف عـین فاصـله را داشته باشد)؛ چون حد میانی (میانه طلایی) در اخلاق به اقتـضای اوضـاع و احوال فرق می کند و تنها عقل بالنده و مسلم و قابل انعطاف می تواند، حد وسط را دریابد.[۱۱]

از دیدگاه ارستو، کنشها و کردار انسانها باید در حد وسط (میانه روی) قـرار بگیرد و تصمیم های آنان در حد میان افراط و تفریط قرار داشته باشد؛ امـا او حد وسط را نسبی می داند.

او می گوید: "فضیلت اخلاقـی، انتخـاب راه میانـه روی و دوری از افـراط و تفریط است. راه میانه یی که نمیتوان تنها از طریق تکیه کورکورانه بر پیامد ها یا انگیزه ها به آن دست یافت، این راه به یـک اصـل منطقـی نیـاز دارد؛ اصلی که یک فرد منطقی بر اساس آن تصمیم گیری می کند."[۱۲]

حد میانی از نظر ارستو یکی از ویژه گی های عینی اوضاع و احوالی است که انسان در چهار چوب آن به کنش دست می زند و تنهـا بـه احـساسات و یـا عقاید فردی کسی ارتباط نمی گیرد، اما چون انسانها همراه با تمامی نیازهـا

و کارکرد های خود بخشی از آن اوضاع و احوال استند، حد وسط نیز بـرای آنان نسبی است.

ارستو تفسیر واحدی از حد وسط ندارد و تـصمیم در مـوارد واقعیـت هـای جزیی را بر عهده فراست فردی شخص می داند، تا فرد واقعیت های مربوط به همان وضعیت خاص را با تأثیر پذیری از منش، گرایش و اسـتعداد خـود شناسایی کرده و به اقتضای همان وضـعیت دربـاره درسـتی و یـا نادرسـتی داوری کند. در نظام اخلاقی ارستو قوه غضب نیز یک جز شمرده مـی شـود زیرا به پندار او اگر این قوه از انسان گرفته شود در این صورت او نمی توانـد که از خود دفاع کند.

کانت:

کانت در بحث اخلاق از ارادۀ خیر Good Will نـام مـی بـرد و اعمـالی را واجد ارزشهای اخلاقی می داند که با انگیزه های صواب اجرا شود. او انگیـزه یی را که به کنشها، ارزش اخلاقی می بخشد، تکلیف می داند.

کانت می گوید: "کسانی که به انگیزه ادای تکلیف عمـل مـی کننـد از اراده خیر برخوردارند. آنها کوشش می کنند کاری را که از حیث اخلاقی درسـت است به دلیل درستی آن انجام دهند."[۱۳]

کانت بدون حسن نیت در اجرای اعمال، آنها را اخلاقی نمی دانست. او مـی گوید که البته ممکن است افـراد در رسـیدن بـه غایـت مؤفـق نـشوند زیـرا نمیتوان در مورد نتایج اعمال از قبل داوری کرد. اما حسن نیـت در اجـرای هر کنش است که آن را اخلاقی می سازد.

کانت فیلسوف مطلق گرا است. او معتقد است که فرد باید به گونه یی رفتار کند که پیامد های آن در هر زمان و مکان قابل قبول و تطبیق باشد.

هربرت سپنسر:

هربرت سپنسر نیز به تضاد و اختلاف میان مفاهیمی مانند خوبی و خیر معتقد است. او جامعه را بستر زایش مفهوم اخلاقی می داند و شگاف میان اخلاق رسمی و اخلاق عملی را به صورت جدی به تصویر می کشد چون بیشتر انسانها به صورت رسمی گپ هایی را می گویند، اما در زنده گی عملی به گونه دیگری به اخلاق می پردازند.

سپنسر اخلاق را نتیجه تعاملات در داخل یک جامعه می داند. او برای روشن ساختن این مفهوم یک جامعۀ جنگی و یک جامعۀ صنعتی را مقایسه می کند: "یک جامعۀ جنگی صفات و اخلاقی را تمجید و تحسین می کند که در جامعۀ دیگر آنرا جرم و جنایت می شمارند. اقوامی که در نتیجۀ جنگ به حمله و رهزنی و خیانت عادت کرده اند، این امور را مانند اقوام دیگری که در اثر صلح و صنعت به تقوا و عدم تجاوز خو کرده اند، صریحاً زشت و ناپسند نمی شمارند." [۱۴]

کلود آدرین هلوسیوس:

هلوسیوس فیلسوف فرانسه یی، اصلی را جستجو می کرد که با آن بتواند پایه های اخلاق را معرفی کند. او به پندار خود، به چنین اصلی دست یافته بود تا آشوب ها و بی نظمی ها را با آن مهار کرد و نظام اخلاقی مناسب و شایسته را جاگزین آن کرد. هلوسیوس در راستای این اصول اخلاقی جدید از (مکتب اصالت نفع Utilitarianism) نام می برد.

در اندیشه ((اصالت نفع)) لذت یگانه چیزی است که انسانها در جستجوی آن استند و رنج پدیده یی است که از آن می خواهند دوری کنند و این دو باعث تحرک در انسانها می گردد تا دنیا را در مسیر نیک دگرگون سازند.

در نظام اخلاقی کانت نیز نمیتوان خشونت را از ضمیر انسان حذف کرد، زیرا ممکن است که خشونت از ارادۀ نیک سرچشمه بگیرد و این ارادۀ نیک است که کارکردها و کنش انسان را زیر پوشش خود قرار می دهد. از دیدگاه او باید اخلاق و قانون را از هم تفکیک کرد؛ چون ممکن است که تابع قانون بود، بدون آن که مسأله یی را اخلاقی دانست. هراس از پیگرد قانون، پولیس و افکار عمومی ممکن افراد را از اجرای کاری باز دارد اما فرد از نگاه اخلاقی خود را ملزم به اجرای آن اعمال نداند. فردی دارای شایسته گی اخلاقی است که بدون هراس از قانون با درنظرداشت وجدان و اخلاق خود را ملزم به اجرای اعمال قانونی و وظیفه یی بداند.

نیچه:

به پنداشت بعضی از فلاسفه کلاسیک چون نیچه، مردم ذاتاً نامساوی زاده می شوند و برجسته ترین گرایش انسان، قدرت (فضیلت برتر) است که در وجود (ابر مرد) بازتاب می یابد. از دیدگاه او کمال نفس نه از طریق دین و پارسایی و یا خوب بودن از لحاظ اخلاقی، بل با تسلط بر نفس و استفاده از قوای خلاقۀ فرد حاصل می گردد.

نیچه اخلاق را وابسته به انسانها می داند و انسان هایی را موجد ارزشها می داند که ذاتاً و جسماً از لحاظ خلاقیت برتر هستند. او همانند ارستو و افلاتون برخی مردم را از لحاظ اخلاقی برتر می داند. در چنین حالتی اخلاق تنها انگاره های ذهن انسان های ضعیف است که نمی توانند چون اشراف (طبقۀ ثروتمند و حاکم) حکمرانی کنند. اما نیچه در جایی که صفات ممتاز (عزت نفس، قدرت، قساوت...) را برای افراد برتر بر می شمارد، مسأله خیر و شر را نیز پیش می کشد، چون افراد برتر به خیر ارج می نهند. نیچه اخلاق را وسیله یی برای در امان داشتن جهان از نابودی می داند.

هلوسیوس با این کشف خود را ((نیوتون عالم سیاست)) می دانست. از دیدگاه او علم اخلاق آموختنی است، زیرا قاعده های آن از قبل وجود داشته اند؛ یعنی ((مقصود و غایت واقعی آدمی)) از قبل مشخص گردیده است، اما این قاعده ها توسط دانشمندان و روشنگران کشف می گردند.

هلوسیوس می گفت: "هرگاه هرگونه اقدامی به سعادت منجر شود، اگر این یا آن کار مطابق غایاتی باشد که طبیعت برای ما معین کرده است، بنابر این چنین اقدامی، چنین کاری خوب است و اما اگر این یا آن گونه اقدام، ما را از سعادت دور کند یا حصول بدان را مشکل سازد، چنین اقدامی بد است."[۱۵]

او برای استقرار این نظام اخلاقی تعدادی از روشنگران را ملزم می دانست تا به کار روشنگری و تنویر مردم بپردازند و به ویژه قدرتمداران را آموزش بدهند. او این مسأله را هم نفی نمی کند که تنها از طریق وعظ و خطابه نمیتوان دگرگونی اخلاقی مبتنی بر ((اصالت نفع)) را به وجود آورد، بل باید قوانینی وضع گردند؛ مبتنی بر این قوانین باید مکافات و مجازات برای کنش هایی که برای رسیدن انسان به خوشبختی مؤثر واقع می گردند، یا او را به سوی بدبختی سوق می دهند، در نظر گرفته شوند. روشنگران تنها در پرتو و حمایت قانون می توانند به روشنگری بپردازند و ((شهروندان خوب)) تربیت کنند.

هلوسیوس ((نفع)) را بر بشر حاکم می داند؛ اما او در هر حال نفع را نسبی می داند، زیرا نفع تمام افراد جامعه با هم یکسان نیستند و غالباً در تعارض با هم قرار می گیرند. پس بشر باید طوری تربیت شود که توانایی شناخت ((نفع واقعی))خود را داشته باشد و اسیر جهالت و نادانی نباشد تا در حقیقت ((مفید)) را از ((بیهوده)) تشخیص دهد. فیلسوفان و نخبه گان

انسان را طوری تربیت می کنند تا با هم در صلح و تفاهم و تساهل زنده گی کنند. با این که منافع انسان ها گونه گون استند، اما انسان ها مانند دیگر پدیده ها در طبیعت، قابل انعطاف استند و تنها با سمت دادن منافع به یک سوی معین میتوان آنان را با هم منطبق ساخت.

هلوسیوس آزادی فردی را به گونه غیر مستقیم رد می کند، چون آزادی مفهوم گسترده یی دارد و مشمول کنش های ناشایسته نیز می شود؛ اما در جامعه آرمانی او انسان ها طوری تربیت می گردند که در دراز مدت ((آزادی)) را ارج نمی نهند. به تعبیر او این نوع آزادی به تدریج و همراه با تعلیم و تربیت مؤفقیت آمیز، از بین خواهد رفت.[۱۶]

از دیدگاه او آزادی، با بیشتر ارزشها سر ناسازگاری دارد. او در این مورد ((برابری)) را مثال می زند که در تعارض با ((آزادی)) قرار می گیرد.

کارل هوسمن:

کارل هوسمن با بررسی دیدگاه های فلاسفه در مورد اخلاق نتیجه گیری می کند که فیلسوفان به دو شیوه به مسأله اخلاق پرداخته اند. گروه اول کسانی اند که به ارزیابی پیامدهای اخلاقی کنشهای خود می پردازند و گروه دوم به جای بررسی پیامدهای تصامیم، با درنظرداشت موازین و قوانین از پیش ارزیابی شده، دیدگاه های اخلاقی خود را بررسی می کنند.

هوسمن گروه اول را پیامد گرا و گروه دوم را غیر پیامدگرا می داند. پیامد گراها معتقد اند که به جای داوری در مورد درست یا نادرست بودن یک عمل باید پیامد آن را درنظر داشت. او در این مورد دیدگاه های جان استوارت میل و جرمی بنتام را مثال می زند. اما غیر پیامدگراها بدین باورند که که نتیجه یک عمل نمی تواند معیار ارزشیابی باشد. هوسمن با توضیح دیدگاه های امانویل کانت - که از او به نام فیلسوف غیر پیامد گرا نام می

برد- این مسأله را روشن می سازد. کانت معتقد بود که افراد بـشر در نـوعی دموکراسی اخلاقی زنده گی می کنندکه ارزشنماهای دوگانـه در آن جـایی ندارد؛ بناً آنچه در مورد یک فرد صدق می کند در مورد تمـامی افـراد کـاراً است و معنای این امر مطلق آنست که هر فرد باید طـوری عمـل کنـد کـه رفتارش به صورت یک قانون جهان شمول درآید.

کارل هوسمن، اما با ارائهٔ دیدگاه خود در این بحث می افزاید که فیلسوفانی هم به میانه روی در کار ها معتقدند و به اصل درست بودن قـضاوت فـردی اعتماد دارند. یعنی هنگامی که فردی به بررسی یک موضوع می پردازد، باید از افراط و تفریط در قضاوت بپرهیزد - برخوردی کـه ارسـتو آن را ((میانـه طلایی)) می خواند و آن را کوتاه ترین راه رسیدن به فضیلت می داند.

البته این دیدگاهها تنها فرضیه هایی استند که نمی توان به صورت قاطع در بحث های اخلاقی یکی از آنها را برگزید. منتقدان می گوینـد کـه از طریـق پیامد تصمیم ها نمیتوان داوری کرد، چون پیامد ها به ندرت قابل پیشبینی استند؛ همچنان پیروی کورکورانه از امر مطلق نیز از واقعیت گرایی بـه دور است و میانه طلایی هم چارچوب ویژه یی را از قبل تعیین می کند.

هوسمن با ادامه این بحـث نتیجـه گیـری مـی کنـد کـه چیـستی رویـداد، موضوع، زمان و مکان نیز در نحوهٔ رویکرد ها به یکی از این شیوه هـا تـاثیر گذار استند.

فصل دوم

اخلاق در ژورنالیزم

امریکا Inter American Press Association مجدداً تأیید گردید و به عنوان اصول اعتقادی انجمن مطبوعاتی میان کشوری امریکا پذیرفته شد. در سال ۱۹۳۰ ((دادگاه بین المللی شرف برای خبرنگاران)) تشکیل شد که مقر آن در ((لاهه)) قرار داشت. مدیریت این دادگاه که یک نهاد غیر دولتی بود، توسط فدراسیون بین المللی خبرنگاران FIJ و بنیاد بین المللی خبرنگاران صورت می گرفت و بر جریان کار خبرنگاری نظارت می کرد. اما این دادگاه نتوانست نظر به شرایط دشوار گذر آن زمان در عرصه بین المللی پیشرفت چندانی داشته باشد که به مرور زمان به فراموشی سپرده شد. اما فدراسیون بین المللی خبرنگاران FIJ در سال ۱۹۳۹ پیش از آغاز جنگ جهانی در نشستی ((قانون شرف حرفه یی)) را تصویب کرد. چند سال بعد تر اتحادیهٔ بین المللی نهادهای مطبوعاتی IUPA اصولی را به نام ((خبرنگاری که شایستهٔ این نام باشد)) به تصویب رساند.

کمیسیون هاچین Hutchins Commission که متشکل از حقوقدانان، فلاسفه، استادان دانشگاه و نماینده گان محافل روشنفکری امریکا بود، در سال ۱۹۴۷ قیوداتی را برای مطبوعات پیشنهاد کرد؛ گرچه مطبوعات آن زمان شدیداً به این کمیسیون که مسؤول بررسی آزادی مطبوعات در امریکا بعد از جنگ جهانی دوم بود، اعتراض کرد؛ اما این کمیسیون می خواست که مطبوعات بدون قید و شرط از آزادی برخوردار نباشد و باید مقرراتی تدوین یابند تا مطبوعات در جهت منافع عالی کار کنند. این کمیسیون بدین منظور گزارش هایی را تهیه کرده و مطالب منتشره را از نظر اخلاقی و واکنش گیرنده گان بررسی می کرد. سال های سال گزارشهای

فصل دوم
اخلاق در ژورنالیزم

اخلاق در اصول حرفه یی ژورنالیزم به عنوان یک عامل بازدارندهٔ مثبت، پاسدار حقوق و ارزش های جامعه و حفظ حرمت مردم و آزادی های قانونی است.

اسماعیل عباسی

خبرنگار ایرانی

پس منظر:

از آوان پیدایی رسانه ها در قرن ۱۵ و ۱۶ صحبت هایی مبنی بر ایجاد چهارچوبی برای کارکرد های رسانه ها صورت گرفته است و حقوق خبرنگاران، مسؤولیت ها، مقررات مطبوعاتی و آزادی بیان همواره در محراق توجه کارشناسان ارتباطات و افکار عامه بوده است؛ اما این صحبت ها از اوایل دههٔ ۱۹۲۰ به صورت مکتوب تدوین گردیده اند.

در نخستین کنفرانس مطبوعاتی قارهٔ امریکا Pan American Press Conference که در سال ۱۹۲۶ در واشنگتن برگزار گردید، نخستین قواعد و اصول اخلاقیات خبرنگاری Code of Journalism مطرح گردید. این اصول بعدها در اکتوبر ۱۹۵۰ در کنفرانس مطبوعاتی میان کشوری قارهٔ

کمیسیون هاچین مورد توجه قرار داشت و امروز هم سند مهمی در تاریخ رسانه های همه گانی امریکا به حساب می رود. [۱۷]

فدراسیون بین المللی خبرنگاران در سال ۱۹۵۴ در بوردو Bordeaux اعلامیه یی را در ارتباط به وظایف خبرنگاران به تصویب رساند.

در سازمان ملل در سال های ۱۹۵۰ -۱۹۵۲ کمیسیون فرعی آزادی دست اندر کاران اطلاع رسانی The Sub-Commission on Freedom of Information Personnel نیز طرح هایی Draft International Code of Ethics for Information personnel را در این مورد ارائه کرد. در سال ۱۹۵۴ مجمع عمومی این پیش نویس را بدون تغییر به رسانه ها و انجمن های صنفی فرستاد تا هر طوری که خود مناسب می دانند، اقدام کنند.

شش اتحادیهٔ خبرنگاران از کشور های عضو جامعه اروپا در ۶ نوامبر ۱۹۷۱در مونشن اعلامیه یی را در ارتباط به وظایف و حقوق خبرنگاران به تصویب رساندند.

در سال ۱۹۷۷ از سوی یونسکو کارشناسانی به منظور تدوین اصول اخلاق ارتباطی در شهر ((اوتاوا)) بیانیه یی را تهیه کردند. آنها در این بیانیه بر اخلاق خبرنگاری در چارچوب نظم نوین اطلاعاتی تأکید کردند. یونسکو در سال ۱۹۷۸ ((بیانیه یونسکو)) را به تصویب رسانید. این بیانیه در ضمن جزیی از سیاست بین المللی گردید. گرچه نمی توان این بیانیه را نظامنامهٔ بین المللی اصول اخلاقی دانست؛ اما راهی را برای شناخت بیشتر اصول اخلاقی گشود.

فدراسیون خبرنگاران کشورهای امریکای لاتین (فلاپ) The Latin American Federation of Journalists: FLAP با این که دارای

قواعد اخلاقی خبرنگاری نیست، اما ((اعلامیه اصول ۱۹۷۹ Declaration of Principles)) را تهیه کرد که به تصویب ۱۲ سازمان رسیده است.

سازمان بین المللی خبرنگاران International Organization of Journalism طرح اولیه یی را برای مراعات کردن اصول اخلاقی ارائه کرده است.

جامعهٔ عرب در اگست ۱۹۷۷ تحت نظارت جامعهٔ عرب Arab League قواعدی را در ارتباط به اخلاقیات حرفه یی برای خبرنگاران عرب تهیه کرده است.

در نخستین کنفرانس اسلامی آسیا که توسط مجمع جهانی مسلمانان در سال ۱۹۷۸در شهر کراچی پاکستان برگزار شد، کارکنان رسانه ها مسأله انحصار رسانه های جمعی را توسط غرب طرح کردند و علاقه مند نظامنامه ها و قواعدی در این راستا شدند. در کنفرانس سپتامبر ۱۹۸۱ در شهر جاگارتای اندونیزیا که دنباله یی بر کنفرانس نخستین بود و در آن ۲۵۰ خبرنگار مسلمان از ۵۰ کشور جهان شرکت داشتند، اشتراک کننده گان قراردادی را مبنی بر رفتار و کارکرد های خبرنگاران در کشور های اسلامی به تصویب رساندند. در سال ۱۳۷۵ در ایران کنفرانس ((نخستین هم اندیشی اخلاق مطبوعاتی خبرنگار مسلمان)) برگزار شد و در آن بحث همه جانبه روی اخلاق حرفه یی ژورنالیستی صورت گرفت.

تا سال ۱۹۹۲ بیشتر از ۶۰ کشور جهان دارای اصول و نظامنامه های اخلاق حرفه یی شدند. امروز بیشتر نهاد های خبری و ژورنالیستی دارای نظامنامه های اخلاقی استند.

دیدگاه های اندیشه ورزان در مورد اخلاق در ژورنالیزم:

گاوین ردی (افریقا):

گـاوین ردی Gavin Reddy مـدیر رادیـو SABC در افریقـای جنـوبی، ایجاد ((وجدان اخلاقی)) را برای خبرنگاران مهم می داند. او این نظـر را رد می کند که ((مقررات حرفه یی)) می توانند ((رفتار اخلاقی نقض ناپذیر)) را در کارگزاران رسانه ها به وجود بیاورند؛ بـه زمـان نیـاز اسـت تـا ((وجـدان اخلاقی رسانه یی)) ایجاد گردد. یکی از زمینه هایی که باعث به وجود آمدن اخلاق حرفه یی در ژورنالیزم مـی گـردد موجودیـت ((فرهنـگ رسـانه یـی دموکراتیک)) و ((تعهد خبرنگاران)) نسبت به کار شان است. او این اصول را برای خبرنگاران و رسانه ها بر می شمارد:

" **اصل راستگویی:** هر چند بحث دربارهٔ عینیت پایانی ندارد، همه خبرنگاران باید مفاهیم عدالت، دقت و اعتدال را درک و رعایت کنند.

اصـل اسـتقلال: کـارگزاران رسـانه هـا بایـد نـسبت بـه آزادی مطبوعـات تعهدی خدشـه ناپـذیر از خـود نـشان دهنـد. آنهـا مـی بایـست بـه دور از معاشـرت هـا و فعالیـت هـایی باشـند کـه موجـب چـشم پوشـی از آزادی شان میشود.

اصل عدالت: خبرنگاران باید در راه اعتلا و حفظ حقوق بشر کوشـش کننـد. آنان باید قاعدتاً سخنگوی مظلومان جامعه باشند و در عین حال، زورمنـدان را مسؤول بدانند.

اصل انـسان بـودن: خبرنگـاران بایـد از زیـان رسـاندن عمـدی بـه دیگـران خودداری کنند و با آنانی که در جریان گرد آوری خبر احتمالاً آسـیب مـی بیند، همدردی کنند. خبرنگار باید به مردم احترام بگذارد نه این که آنان را وسیله رسیدن به اهداف حرفه یی خود بداند."[۱۸]

فریبرز بیات (ایران):

فریبرز بیات خبرنگار ایرانی مـسایل اخلاقیـی را کـه خبرنگـاران- بـه ویـژه خبرنگاران ایرانی- بدان مواجه اند، در چند نکته مشخص می کنـد و دیگـر دشـواریهای اخلاقـی را ناشـی از همـین دشـواریهای عمـده مـی دانـد. او بلاتکلیفی و بی هنجاری را نخستین دشواری برای خبرنگار می دانـد و مـی گوید که خبرنگار بلاتکلیف است که آیا حوادث را همانگونه کـه اتفـاق مـی افتند، بازتاب دهد و یا به سانـسور و خـود سانـسوری بپـردازد. چـرا کـه در برخی رسانه ها آزادی خبرنگار قابل احترام است اما در بعضی از رسانه ها به تنبیه می انجامد. خود سانسوری مهمترین عامل بازدارندهٔ تعهد خبرنگار بـه اصول حرفه یی است. او سلطه منبع را دومـین عامـل معرفـی مـی کنـد. از دیدگاه او منابع خبری غالباً با نمـایش قـدرت، عقایـد خـود را بـر خبرنگـار تحمیل می کنند و به گونهٔ مخفیانه اجازهٔ برخورد نقادانه را به او نمی دهند. عــدم امنیــت شــغلی و محافظــه کــاری، موجــب هــراس خبرنگــار از موقعیـت کـاریش اسـت. بـه همـین دلیـل خبرنگـار کمتـر خطـر را مـی پذیرد و به نقد اوضـاع و رویـداد هـا مـی پـردازد. او چهـارمین دشـواری را در عــدم توانــایی خبرنگــار در شــناخت مخاطــب و دوری از مــردم مــی داند. خبرنگاران کمتـر بـه دانـش هـای روان شـناختی و جامعـه شـناختی مجهز استند و بـا نظریـه هـای ارتباطـات و تبلیغـات آشـنایی ندارنـد، بنـاً قـادر نیـستند مخاطبـان را بـا علایـق و نیـاز هـای آنـان شناسـایی کننـد. در ایـن حالـت اطلاعـاتی را کـه خبرنگـار تهیـه مـی کنـد بـیش از آنکـه بازتاب رویداد ها و گرایش هـای مخاطبـان باشـد، ارضـا کننـدهٔ نیـاز هـا و کنجکاوی شخص خود او است کـه باعـث مـی شـود شـگاف بـین مـردم و رسانه ها عمیق تر شود.

او بخش دیگر دشواری حقوقی خبرنگاران را در توهم آنان مبنی بر ((دانـای کل بودن)) می داند. او می گوید: "در چنین حالتی خبرنگار با توهم برتـری اخلاقی، خود را مسؤول هدایت و آموزش مردم به صورت یکطرفه می بیند و کمتر حاضر است به نیاز ها، مـسایل، مـشکلات و دیـدگاه هـای مخاطبـان اهمیت بدهد. مردم در این حالت توده یی عوام و ضعیف تلقی میـشوند کـه قـادر نیـستند مـصالح خـویش را بـه درسـتی تـشخیص دهنـد و نیازمنـد سرپرستانی دانا و هوشیار میباشند." [۱۹]

او می افزاید که خبرنگاران و صاحبان رسانه ها غالباً خود را برتر و بـالاتر از مخاطبین و گیرنده گان قرار می دهند و می خواهند که آن چه را که خـود ترجیح می دهند و می اندیشند به مردم انتقال بدهند.

فریبرز بیات نفع فردی در مقابل نفع جمعـی را نیـز در ایـن میـان بـر مـی شمارد. او واضح میسازد که مسؤولیت اجتماعی خبرنگار ایجاب می کند که منافع جمعی را برتر و مقدم بر منافع شخصی و گروهی خود بدانـد. گرچـه این مسأله برای خبرنگار مشکل آفرین است، چون او به آسانی نمی تواند که در این مورد تصمیم بگیرد.

دیوید رندال (انگلستان):

دیوید رندال خبرنگار انگلیسی می گوید که خبرنگاران خوب در سراسر دنیا با این نکته ها موافق و هماهنگ اند که خبرنگار باید:

- اطلاعاتی که شایع شده اند و فکر عمومی را آزار می دهند، گرد آوری و چاپ کند،
- هراسی از خودداری و مقاومت مسؤولان نداشته باشد،
- مردم را آگاه سازد،

- کنشها و واکنشهای مسؤولان و نماینده گان مردم و مسؤولان خدمات عمومی را، زیر نظر بگیرد،
- کارکرد نهاد هـا و برخـورد صـاحبان آنهـا بـا کـارورزان و مـشتریان و کیفیت تولید و خدمات را زیر نظر بگیرد،
- رابطه درد و دردمندان را بیابد و برای آنانی که امکان رساندن صـدای خود را ندارند، امکان رساندن پیام را فراهم آورد،
- در برابر جامعه، آیینه یی بدون موج و لکه بگذارد تا در آن فـضلیتها و شرارتها مشاهده و شناسایی گردند،
- مخاطبان را در پیروزی نهایی حق و عدالت امیدوار کند؛ بکوشد تا این امید تحقق یابد و نشان دهد که با پیگیری (و با کمک قانون) این امید برآورده می شود،
- به عنوان عاملی در راه آسان سازی تبادل نظر ها و دیـدگاه هـا عمـل کند؛ به ویژه با مهیا کردن زمینه یی برای ابـراز دیـدگاه هـای تـازه و اندیشه های بدون پشتیبان تـا از صـاحبان اندیـشه هـای تـازه و بکـر حمایت کند. [۲۰]

با این همه او سر و صدای زیـاد را در مـورد اخـلاق قبـول نـدارد، چـون از دیدگاه او عده یی که در جریان کار عملی هم نیستند، حرفهای بیمـورد در این مورد می نویسند و خبرنگار را که عملاً در جریان کـار خبرنگـاری قـرار دارد در تنگنا قرار می دهند.

رندال رعایـت اخلاقیـات را از سـوی خبرنگـاران بـه انـدازهٔ درآمـد، رقابـت و فرهنـگ مـسلط بـر رسـانه مربـوط مـی دانـد. او بـه ویـژه رقابـت را در خدشـه دار سـاختن اخلاقیـات عامـل مهـم مـی دانـد. امـروز رقابـت و و فـشار بـازار رسـانه یـی سـردبیر را وادار مـی سـازد کـه بـه خـاطر کـسب

سود بیشتر خبرنگاران خود را زیر فشار قرار دهد. همین فشار باعث می گردد که بنیان های اخلاق آنان سست شود. از سوی دیگر رقابت، خبرنگاران و تمامی دست اندرکاران را به کار هایی وامی دارد که در موقعیت های غیر رقابتی به آن گونه کنش ها دست نمی زنند و حتا فکر آن را در سر نمی پروانند.

او می افزایدکه اگر اخلاق امری روحی و روانی هم پنداشته شود، روح خبرنگار انباشته از آن اخلاقی است که در محیط کارش ارزش دارد و یا هم در فرهنگ عموم قابل پذیرش است. خبرنگار موجود مجرد و انتزاعی نیست، بل اندیشه ها و افکارش به اخلاق عمومی جامعه پیوند دارد.

دیوید رندال راهکار های اصلی را برای رعایت اخلاق از سوی خبرنگاران چنین بر می شمارد:

- خبرنگار، باید در خدمت مخاطب و گیرندهٔ رسانه خودقرار داشته باشد،
- هر خبر یا گزارش باید به منظور شناخت حقیقت تهیه گردد،
- خبرنگاران نباید اجازه بدهند که مسؤولین آگهی ها و تبلیغات دبیران و سردبیران را مستقیم و غیر مستقیم زیر تأثیر بگیرند،
- مطالب قبل از نشر نباید به بیرون از روزنامه راه یابد،
- خبرنگار در قسمت نقل قول ها محتاط باشد،
- خبرنگار نباید برای تهدید و دریافت امتیاز از موقعیت خود استفاده سوء کند،
- برای دریافت اطلاعات، مردم فریب داده نشوند،
- خبرنگار نباید به جعل اطلاعات بپردازد،
- هرگز نباید منبع اطلاعات افشا گردد،

- خبرنگار باید هر اشتباه خود را تصحیح کند. [21]

رندال در مورد ضرورت بازنگری در روش های استفاده از زبان نیز تأکید می ورزد و آنرا عاملی می داند که بازتابگر اخلاق خبرنگار در سطح اجتماع است. او برای خبرنگاران توصیه می کند که از واژه هایی که افراد را به حیث شهروندان درجه دوم معرفی می کند، بپرهیزند. او این موضوع را در سه زمینه کلی طرح می کند:

- نباید به نژاد، جنس و معلولیت کس در خبر اشاره شود، جز این که این ویژه گی ها در محتوای خبر به صورت مستقیم ارتباط داشته باشد.
- شیوه ارائه خبرنگار باید برای همه گروه ها و دسته ها یکسان باشد. به گونهٔ مثال نباید لباس یک سیاستمدار یا ظاهر او را توصیف کرد، جز در حالاتی که لباس یا ظاهر آن سیاستمدار به نحوی در خبر اثر گذار باشد. ارزشنمای خبرنگار باید این باشد که آیا فرد سیاسی دیگری را که از گروه مخالف هم باشد به چنین شیوه یی می خواهد بازتاب دهد و یا خیر.
- روشن و واضح نوشتن و پرهیز کردن از تعبیر امر حتمی است.[22] {به ویژه در خبر}

و بالاخره رندال برای تهیه خبر هم رعایت اصل های صداقت، اطلاع دهی متوازن و صحیح، مبالغه نکردن و تمایز قایل شدن میان خبر و نظر و تفسیر را محک وجدان خبرنگار می داند. به باور او، اخلاق خبری قرار داد نا نوشته یی است که همواره بین خبرنگار و مخاطب وجود دارد و تنها در یک جامعهٔ آزاد قابل رعایت است.

نگاهی به اصول تدوین شده و مکتوب:

پیدایی ارزشها با انگیزه هایی متفاوتی در جوامع پیوند می خورد و دریافت ها و رهیافت هایی گونه گونی را در قبال اخلاق در آن بوجود می آورد. از سویی دیگر برداشتهای متفاوتی از نقش و رسالت خبرنگار الگو های اخلاقی متعددی را می زاید. در تمام اصولنامه های مدون جای پای این انگیزه ها را میتوان دریافت که نهاد های تهیه کننده با درنظر داشت اولویت ها در یک شرایط زمانی ویژه بدان مبادرت ورزیده اند. در اینجا به اختصار در مورد بعضی مقررات و اصول معلومات داده می شود و واضح می گردد که این اصول در بیشتر موارد با هم مشابه اند.

اصول بین المللی اخلاق حرفه یی در ژورنالیزم:

International Principles of Professional Ethics in Journalism

اصول بین المللی اخلاق حرفه یی در ژونالیزم بعد از چند نشست مشورتی در ۲۰ نوامبر سال ۱۹۸۳ در پاریس، به اشتراک نماینده گان اتحادیه های خبر نگاران در سطح بین المللی و منطقه یی در سراسر جهان تهیه گردید. این اصول سیر تدریجی خود را از سال ۱۹۳۰ آغاز کرد و در سال های ۱۹۵۰ هم تلاش های مجدد برای تکمیل آن صورت گرفت و سازمان های مختلف خبری از سراسر جهان پیشنهاد هایی در مورد ارائه کردند. بیانیۀ یونسکو را که در سال ۱۹۷۸ به تصویب رسید در حقیقت پایه یی برای تدوین آن میتوان دانست.

این اصول امروز مورد پذیرش بیشتر سازمان های خبری است. یکی از شاخص های این اصول، دموکراتیک بودن آن است که روی تفکرهای بنیادی عدالت اجتماعی و مسؤولیت اجتماعی تأکید می ورزد و خبرنگار را فرد متعهد و مسؤول در مقابل مردم و جامعه می داند. ممکن است جریان

های هم با این اصول موافق نباشند چون نمیتوان همه دولت های جهان را دموکراتیک دانست و گروه های مستبد و دیکتاتور نمی توانند با مفاهیم همچون مسؤولیت اجتماعی و منافع عمومی سازگار باشند. از سوی دیگر الزامی نیست که همه خبرنگاران در سراسر جهان به همه ماده های این اصول موافق باشند؛ اما در یک نگرش کلی تمایل و گرایش اکثر خبرنگاران در جهان در سیمای این اصول نامه بازتاب می یابد.

ماده های این اصول به مفهوم تأیید نقش کلیدی و نظارت دولت ها نیست و شدیداً مخالف با ((سانسور دولتی)) و ((اجازه قبل از نشر برای خبرنگاران)) است.

نهاد های زیرین در تدوین این اصول نقش بنیادین داشته اند:

- سازمان بین المللی خبر نگاران IOJ
- فدراسیون بین المللی خبر نگاران IFJ
- اتحادیه کاتولیک بین المللی مطبوعات UCIP
- فدراسیون خبرنگاران امریکای لاتین FELAP
- فدراسیون کارگران مطبوعات امریکای لاتین FELATRAP
- فدراسیون خبر نگاران عرب FAJ
- فدراسیون خبر نگاران افریقا UAI
- کنفدراسیون خبر نگاران آسیا CAJ[23]

۱. حق مردم به دستیابی به اطلاعات درست

مردم در سراسر جهان حق دارند که به یک تصویر عینی و دقیق اطلاعات دست بیابند و از طریق رسانه ها آرا و افکار خود را پخش کنند. خبرنگاران، افراد مسؤولی استند که مردم از طریق آنان می توانند به اطلاعات درست دست بیابند.

۲. خبرنگار باید خود را وقف حقیقت کند

خبرنگار بایستی با صداقت به عینیت خبر نگریسته، حقایق را مقابل چشمان مردم قرار دهد و وجدان خود را معیار بداند. هیچگونه تحریفی در چگونه گی رویداد صورت نگیرد تا مردم بتوانند تصویر عینی جهان ماحول خود را از طریق رسانه ها و خبرنگاران بنگرند. خلاقیت خبرنگار در ارائه حقیقت بی تاثیر نیست؛ ولی باید متوجه بود که هدف اصلی بازتاب حقیقت و گزارش عینی آن است.

۳. مسؤولیت اجتماعی خبرنگار

خبرنگار در برابر مردم پاسخگو است. مسؤولیت اجتماعی خبرنگار او را وا می دارد که در انتقال اطلاعات در مقابل مردم پاسخگو باشد و با توجه به منافع در حال تضاد که در یک جامعه وجود دارند، رویداد ها را با تحلیل درست از وضعیت به مردم انتقال بدهد. از همین جاست که گفته می شود که خبر کالای بازرگانی نیست، بل یک حق اجتماعی است.

۴. شرافت حرفه یی خبرنگار

شرافت حرفه یی خبرنگار به خبرنگار اجازه می دهد که به باور های خود ارزش بنهد و در تصمیم گیری های رسانه یی که در آن کار می کند، شرکت داشته باشد. حق عدم افشای منابع محرمانه را داشته باشد. شرافت حرفه یی به خبرنگار اجازه نمی دهد که رشوت بگیرد و با زیر پا گذاشتن منافع عمومی در پی دریافت منافع شخصی باشد و به صورت مستقیم و غیر مستقیم به دارایی های معنوی ضربه بزند.

شرافت حرفه یی به خبرنگار اجازه نمی دهد که دست به سرقت ادبی بزند و بدون ذکر سرچشمه ها از منابع استفاده کند.

۵. مشارکت و دخالت مردم

خبرنگار باید به حق مردم در مشارکت در رسانه ها اهمیت بدهد. با ارائه دیدگاه های آنان، نشر گفتگوها، گزارش در مورد جنبه های گونه گون زنده گی آنان و آن چه بدان اهمیت می دهند به مردم ارج بگذارد. خبرنگار حق پاسخ و تصحیح را در فعالیت های رسانه یی خود در نظر بگیرد. هر اشتباهی را اصلاح کند و به نامه های وارده ارج بنهد تا مردم حضور خود را در رسانه ها لمس کنند که خوشبختانه رسانه های نو دوسویه امروزی این امر را تا اندازهٔ زیادی به تحقق می رسانند.

۶. احترام به اسرار محرمانه (حریم خصوصی) و حیثیت انسانی

هر انسان در هالهٔ زنده گی شخصی خود قرار دارد و فطرتاً نمی خواهد کسی دیگری را در آن داخل کند. خبرنگار حق ورود به این ساحه را ندارد و باید اسرار محرمانه را حفظ کند. خبرنگار باید حرمت انسانی را با درنظر داشت ماده های حقوق بین المللی و قوانین ملی مراعات کند. از افترا، تهمت، لکه دار ساختن حیثیت و آبروی دیگران بپرهیزد.

۷. احترام به منافع عمومی

خبرنگار مصلحت های عمومی جامعه را در نظرداشته و به منافع عامه و حیثیت ملی جامعه بیندیشد. اخلاق، عرف و قوانین جاری در کشور را در نظر داشته باشد و منافع عامه را بر منافع فردی ترجیح بدهد.

۸. احترام به ارزشهای عام و گوناگونی فرهنگ ها

خبرنگار به فرهنگ های گونه گون ارزش قایل شود و ارزش های جامعه را در نظر بگیرد. از نشر مطالبی که به تشنج بین گروه ها می انجامد، جداً خودداری کند. صلح، دموکراسی، حقوق بشر، حقوق زنان را احترام بگذارد.

مقدمه:

آزادی اطلاعات و مطبوعات از حقوق اساسی انسان است و معیاری برای همه آزادیهای مندرج در منشور ملل متحد و اعلامیهٔ جهانی حقوق بشر می باشد و برای ترویج و حفظ صلح ضروری است.

این آزادی هنگامی تضمین می گردد که کارکنان رسانه های همه گانی به طور پیگیر و داوطلبانه کوشش کنند که بیشترین حس مسؤولیت را داشته باشند، عمیقاً به تعهدات اخلاقی ناشی از لزوم راستگویی و جست و جوی حقیقت در گزارش های خود و در توجیه و تفسیر حقایق پابند باشند.

به همین جهت این قواعد اخلاق حرفه یی بین المللی به عنوان معیار رفتار حرفه یی برای همه افراد که در جمع آوری، ارسال، پخش و تفسیر اخبار و اطلاعات و تشریح وقایع معاصر سهم دارند، توسط واژه ها، مطالب شفاهی و شیوه های دیگر بیان اعلام می گردد.

ماده یک:کارگزاران رسانه های همه گانی بایدجهت حصول اطمینان از این‌که اطلاعات به دست آمده، واقعاً صحیح، باشد، هر کاری که در توان آنهاست انجام بدهند. آنان بایستی همه ارقام و فاکت های اطلاعات را با همهٔ توان خود بازبینی نمایند. هیچ حقیقتی عمداً تحریف عمداً مخفی نگاه داشته نشود.

ماده دو: رفتار حرفه‌یی مستلزم باور قوی به اصل منفعت عمومی است. پی جویی امتیازات شخصی و ارجحیت گذاشتن به منافع خصوصی مغایر رفاه عامه، به هر دلیلی، ناقض رفتار حرفه‌یی است.

افترا، اهانت، بدنام کردن عمدی و اتهامات بی‌اساس، و نیز سرقت ادبی تخلفات جدی حرفه‌یی هستند.

خبرنگار با لوایح، اعلامیه ها، مقررات بین المللی و اسناد حقوقی کشوری که در آن فعالیت می کند، آشنایی داشته باشد.

اعتماد و اعتبار عامه را بین مردم در داخل کشور خود به وجود آورد و در ایجاد فضای اعتماد در سطح بین الملل بکوشد.

۹. محو جنگ و دیگر مصایب بزرگی که در برابر انسان قرار دارد

جنگ در هر حال پدیدهٔ زشت و مذموم در فرهنگ ملت هاست. خبرنگار باید از انتشار مطالبی که به جنگ های عظیم و خونریزی می انجامد، بپرهیزد و تلاش ورزد که در ساخت صلح و ایجاد تفاهم و همپذیری بین افراد، ملت ها و حکومت ها نقش فعال داشته باشد.

۱۰. برپایی نظم اطلاعاتی و ارتباطی نوین جهانی

انسان ها بدون تبعیض در هر گوشه یی از جهان که زنده گی دارند، باید از سیستم های اطلاعاتی برخوردار گردند. سیستم های اطلاعاتی جدید مستلزم استفاده از فن آوری های کمپیوتر و انترنت است که به وضعیت اقتصادی جوامع پیوند مستقیم دارد. جامعهٔ بین الملل و نهاد های مردمی در این راستا باید تلاش ورزند تا تقسیم و پوشش متوازن اطلاعات به میان آید.

شورای اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد:

شورای اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد پیش نویس قواعد اخلاق حرفه یی بین المللی را در ژورنالیزم در سالهای پسین تصویب کرده است. در مقدمه این پیش نویس معتبر جهانی آمده است که رعایت موازین اخلاقی تضمینی برای آزادی اطلاعات و مطبوعات است. این پیش نویس منبع خوب و قابل اعتباری برای تسوید و تصویب اصولنامه اخلاق حرفه یی برای دیگر کشورهاست. متن چنین آغاز می گردد:

حسن‌نیت نسبت به عموم، اساس روزنامه‌نگاری صحیح است. هرگونه اطلاعات منتشره که مضر و نادرست باشد بایستی فوراً و بلافاصله تکذیب شود. شایعات و اخبار تأیید نشده بایستی مشخص گردد و رفتاری مناسب با همین حالت با آنها شود.

ماده سه: فقط آن دسته از کارکرد ها و تکلیف ها که مطابق با کرامت و حیثیت حرفه روزنامه‌نگاری باشد، بایست به دوش کارگزاران رسانه‌های همه گانی و کسانی که در فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی نهاد های اطلاع‌رسانی شرکت دارند، گذاشته شده و از آنان پذیرفته شود.

کسانی که اطلاعات یا تفسیر هایی را به عموم عرضه می‌کنند، بایست مسئوولیت کامل برای آنچه منتشر کرده‌اند برعهده بگیرند؛ مگر که این گونه مسئوولیتها به طور آشکار در همان زمان انتشار رد شده باشد. سابقه افراد باید محترم شمرده شود و اطلاعات و تفسیر های مربوط به زنده گی‌های خصوصی که احتمال دارد به گذشته آنان لطمه بزند، نباید منتشر شود مگر به نفع عامه باشد و این امر را باید از کنجکاوی عامه تفکیک کرد. چنان چه اتهاماتی بر علیه سابقه یا ماهیت اخلاقی افراد مطرح شود، فرصتی برای پاسخگویی آنان باید داده شود.

شرط احتیاط و دقت بایستی در مورد همهٔ منابع رعایت شود. محرمانه بودن مطالبی که به‌طور محرمانه ابراز شده است بایستی رعایت شود و این امتیاز همواره باید مستند و در حدود قانون باشد.

ماده چهار: کسانی که وقایع مربوط به کشورهای خارجی را گزارش می‌دهند یا تفسیر می‌کنند، نیازمند استند که دانش لازمه را درباره آن کشور به نحوی که گزارش‌دهی و تفسیر به صورت دقیق و منصفانه امکان‌پذیر باشد، به دست آورند.

ماده پنج: قواعد حاضر متکی به این اصل است که مسئوولیت تضمین رعایت واقعی اخلاق حرفه‌یی به عهده کسانی است که دست‌اندر کار حرفهٔ خبرنگاری هستند، نه دولت. هیچ یک از مفاد این قواعد به نحوی تفسیر نخواهد شد که باعث توجیه دخالت دولت به هر نحوی برای رعایت تعهدات اخلاقی مندرج در آن شود.[۲۴]

مجلهٔ لابل فرانس: Lable France

مجلهٔ Lable France کارکرد های اخلاقی یک خبرنگار را چنین بر می شمارد:

یک خبرنگار شایسته :

- مسؤولیت همه نوشته های خود را به گردن می گیرد،
- تهمت، افترا، دست بردن در مدرک و سند، تحریف رویداد ها و دروغ را از بزرگترین خطا های حرفه یی می داند،
- تنها قضاوت همکاران خود را در زمینهٔ شناخت حرفه یی به رسمیت می شناسد،
- ماموریتی را که به شرافت شغلی او لطمه می زند، قبول نمی کند،
- خود را از توسل جستن به عنوان کاذب و خیالی باز می دارد و از راه های نامشروع برای به دست آوردن خبر یا سوء استفاده از حسن نیت افراد، اجتناب می ورزد؛ از ادارات دولتی یا شرکت های خصوصی که در آنها وجههٔ خبرنگاری او، نفوذ کاری و روابطش احتمالاً در معرض استفادهٔ نامشروع قرار خواهد گرفت، پول دریافت نمی کند،
- مقالاتی را که سبب تخفیف در معاملات اقتصادی و مالی می شود به نام خود امضا نمی کند،

- هیچ گونه سرقت ادبی مرتکب نمی شود،
- نام همکارانی را که در نوشتن و تهیه یک مطلب به او یاری رسانده اند، ذکر می کند،
- خواستار جا و مقام همکار خود نمی شود و با پیشنهاد کار در شرایط پایین تر موجبات برکناری او را فراهم نمی کند،
- راز های حرفه اش را فاش نمی سازد،
- از آزادی مطبوعات در جهت نیل به اهداف مورد علاقه خود استفاده نمی کند،
- آزادی چاپ صادقانه اطلاعاتش را طلب می کند،
- عدالت وجدان خود را برای قوانین اولیه به اجرا در می آورد،
- نقش خود را با یک پولیس اشتباه نمی گیرد.[۲۵]

اتحادیه ملی خبرنگاران انگلیس:

اتحادیهٔ ملی خبرنگاران در انگلستان ژورنالیست را مؤظف می داند که معیار های حرفه یی و اخلاقی را رعایت کند و با هرگونه تحریف، سانسور و موانع پخش اخبار مبارزه کند. این اتحادیه اساسات زیر را برای ژورنالیستان پیشنهاد می کند:

- خبرنگار باید اطلاعات، عکس ها و طرح هایش را با استفاده از راهکار های قانونی به دست بیاورد. استفاده از شیوه های دیگر فقط وقتی قابل قبول است که منافع عمومی در نظر باشد.
- یک خبرنگار نباید رشوت بگیرد و نباید اجازه دهد تا انگیزه های دیگر بر انجام وظایف حرفه یی اش تأثیر بگذارد.
- یک خبرنگار مجاز به کتمان و تحریف حقایق نیست؛

- خبرنگار منشاء و محرک تبعیض بین گروه ها، نژاد ها، نسلها، جنسیت ها و آیین ها نمی شود؛
- خبرنگار از اطلاعاتی که در حین انجام وظیفه به دست می آورد، استفادهٔ شخصی نمی کند؛
- یک خبرنگار نباید از طریق اعلام یا اظهار نظر با انتشار مطلبی موجب تبلیغ و تأیید محصول یا خدمت بازرگانی شود تا بدان وسیله امکان مطرح شدن شخص خود یا نهادیی را که برای آن کار می کند، فراهم آورد.

مجمع عمومی کمیتهٔ مشورتی مطبوعات پاکستان ۱۹۷۲

در مجمع عمومی کمیتهٔ مشورتی مطبوعات پاکستان که در سال ۱۹۷۲ در آن کشور برگزار شد، این مقررات اخلاقی را اعلام کردند:

- از حرفهٔ خبرنگاری که نهاد مردمی است، نباید به مثابهٔ ابزاری برای یاری رساندن به اهداف ضد اجتماعی یا مصلحت هایی که با حرفهٔ خبرنگاری سازگار نیستند و نیز در خدشه دار کردن مصالح ملی و عمومی به کار می روند، استفاده شود.
- به حقوق افراد در حفظ آبرو و شخصیت شان باید احترام گذاشت و از افشا گری و نظر دادن دربارهٔ زنده گی خصوصی افراد باید اجتناب کرد. مگر آن که این موضوع برای مصلحتهای عمومی نیاز باشد.
- رسانه ها باید از چاپ اخبار یا تفسیر ها، عکس ها و آگهی هایی که ممکن است امنیت و اتحاد ملی را تعضیف کند، خودداری کنند.

- هیچ روزنامه یی، در هیچ صورتی نباید پاداش های مالی و نقدی یا تعهداتی به نفع کشور یا شرکت خارجی را بپذیرد.
- کارکنان رسانه ها هرگز نباید رشوت را بپذیرند یـا اجـازه بدهنـد، دشواریهای کارمندی تأثیری در قضاوت و بیطرفـی ایـشان داشـته باشد. [۲۶]

انجمن سردبیران روزنامه های امریکا:

احکام خبرنگاری انجمن سردبیران روزنامه هـای امریکـا دارای شـش مـاده است:

۱- مسؤولیت
۲- آزادی مطبوعات
۳- استقلال
۴- حقیقت و صحت
۵- بیطرفی
۶- برخورد منصفانه [۲۷]

اتحادیه سردبیران خبرگزاری اسوشیتد پرس:

در اصـول اخلاقـی اتحادیـه سـردبیران خبرگـزاری اسوشـیتد پـرس The Association Press Managing Editors Association Code of Ethics چهار رهنمود وجود دارد:

۱- مسؤولیت
۲- صحت
۳- تقوا
۴- برخورد منافع

اصول اخلاقی این اتحادیه خلاف بیشتر آیین نامه های حرفه یی بر افـشای منبع خبری تأکید می ورزد، تنها در صورتی کـه دلیـل قـانع کننـده بـرای مخفی نگهداشتن هویت منبع خبری موجود باشد، حرفـی نـدارد. همچنـان این آیین نامه روحیهٔ مطلق انگاری ندارد و منطق و قضاوت خبرنگار را با در نظرداشت اوضاع محیطی مرجح می داند. در واقع این اصول اعلام مـی دارد که اصول اخلاقی قادر نیستند که شرایط و اوضاع را از قبل ارزیابی کنند. [۲۸]

رهنمود های نشراتی برنامه های ((صبح به خیر افغانستان)):

در رهنمود های نشراتی برنامه های ((صبح به خیـر افغانـستان)) و ((رادیـو تلویزیون افغانستان)) که به همکاری کمیسیون اروپا EC طرح ریزی شـده است، مسایل اخلاقی زیرین برجسته شده اند:

۱- آزادی ناشران در انتخاب موضوع
۲- عدم هراس ژورنالیستان از تهدید و تخویف
۳- تعادل و توازن در خبر
۴- تعهد و مسؤولیت در قبال آزادی
۵- صحت و بیطرفی
۶- نگرفتن رشوه و هدیه
۷- دقت
۸- عدم ذکر نژاد و یا مذهب (مـوارد اسـتثنایی در ایـن رابطـه وجـود دارند)
۹- لحن بیطرفانه و عاری از احساسات در گزارش رویداد های خشن
۱۰-حفظ محرمیت منابع خبر
۱۱-در نظـر گـرفتن فرهنـگ و حـساسیت هـا از جملـه در مـسایل جنسیتی [۲۹]

اساسنامۀ اتحادیۀ ملی ژورنالیستان افغانستان:

اساسنامۀ اتحادیۀ ژورنالیـستان افغانـستان(۱۳۸۰) در دو مـاده بـه مراعـات اخلاق ژورنالیستی به صورت کلی اشاره می کند و ضمن برشمردن وظـایف اعضاء در مادۀ ۴ فصل اول آورده است که ژورنالیست:

"صراحت گویی، انتقاد و انتقاد از خود را به صـورت مـشخص و سـازنده بـا مراعات اخلاق (ایتیک) ژورنالیستک در وسایل ارتباط همگانی تقویـت مـی نماید."

همچنان مادۀ ۲۴ فصل سوم این اساسنامه به "مراعات اخلاق ژورنالیـستی و حفظ اعتبار در وظیفه" اشاره می کند. [۳۰]

فصل سوم

مفاهیم عمدهٔ اخلاق در ژورنالیزم

درجه آن به تناسب اخلاق کلی در همان جامعه متغیر است. به عبارت دیگر میتوان گفت که میان فرهنگ ها و قوانین نافذۀ هر کشور تناقض و تعارض وجود دارد؛ اما اصول اخلاقی کلی وجود دارند که مورد پذیرش همه خبرنگاران در سراسر جهان قرار گرفته اند. در این میان خلاف هایی هم وجود دارند که در قانون پیشبینی گردیده و جرم مطبوعاتی تلقی می گردند.

فقدان توافق جهانی روی هنجار های اخلاق ژورنالیستی از مشخصه های خبرنگاری بوده و است. اخلاق حرفه یی خبرنگاری همواره تأثیر پذیر از فرهنگ، باور ها، رسوم و اخلاق عمومی جامعه است. از همین جاست که اخلاق و ضوابط اخلاقی خبرنگاران در چارچوب ویژه همان جامعه تعمیم می یابد.

کارشناسان رسانه ها میان مفاهیم اخلاقی، غیر اخلاقی و ضد اخلاقی فرق قایل استند. غیر اخلاقی به مفهوم بی تفاوتی در برابر ارزش های اخلاقی است که هیچ گونه داوریی در قبال این که چه چیزی اخلاقی و یا غیر اخلاقی است، ندارد، اما ضد اخلاقی دقیقاً به مفهوم زیر پا گذاشتن، نفی و نقض کردن ارزش های قابل قبول یک جامعه که اخلاقی پنداشته می شود، است. چنین دیدگاه هایی تعارض ها را در تعیین شاخصه ها برای اخلاق رسانه یی به بار می آورد، اما پذیرش یک سری ارزش ها در جریان کار ژورنالیستی قابل انکار نیست.

در حقیقت اخلاق رسانه یی مجموعه قواعدی در کار حرفه یی است که خبرنگاران و نهاد های رسانه یی آنها را به اساس وجدان و فطرت نیک بدون الزام خارجی و یا ترس از مجازات قانونی به کار می گیرند. به نظر دفلور اخلاقیات رسانه ها را در سه نکته میتوان فشرده ساخت:

فصل سوم

مفاهیم عمدۀ اخلاق در ژورنالیزم

رسانه ها عامل پیوسته گی افراد در
یک جامعه استند و غیر اخلاقی یا
غیر اصولی عمل کردن آنها نه فقط به
تک تک افراد، بلکه بر روابط میان آنها
نیز تأثیر می گذارد.
مجید محمدی
خبرنگار ایرانی

اخلاق در ژورنالیزم در حقیقت یک سری تصمیم ها، کارکرد ها و دیدگاه های قابل قبول اخلاقی در تمامی مراحل گزارشگری، ویرایش و انتشار فرآورده های ژورنالیستی است. تمام خبرنگاران مسؤولیت دارند که کارکرد های خود را در خط ارزش های اخلاقی جامعه سازگار سازند.[۳۱]

خبرنگاران نسبت به خود شان، مخاطبان و مشتریان، مشترکان و حامیان، نهادی که در آن کار می کنند، همکاران شان در این حرفه و بالاخره جامعه دارای وظیفه اخلاقی هستند. [۳۲]

در ژورنالیزم هم نمیتوان اخلاق را به صورت کامل معرفی کرد و کارکرد های خلاف اخلاق را شمرد؛ ولی همان طوری که در بحث عمومی اخلاق اشاره شد، الگو های ارزشی قابل احترام و قابل تأیید حرفه خبرنگاری در سراسرجهان وجود دارند که اجماع در مورد آن وجود دارد؛ تنها شدت و

- درستی و انصاف و زیبایی درتهیه گزارش و سایر فعالیتهای جنبی آن،
- رفتار گزارشگران به ویژه در ارتباط به منابع خبری،
- خودداری از درگیر شدن در برخورد منافع گروه های مختلف. [۳۳]

ولی کارشناسان علاوه به تأیید این گفته ها مسایل دیگری را هم مطرح می کنند که خبرنگاران در جریان کارکرد های خود با آن رو بـه رو مـی شـوند. این مسایل را به شکل پرسش ها میتوان چنین مطرح کرد:

"آیا خبرنگاران می‌توانند برای پیگیری مطالـب و گـزارش، از دروغ‌گـویی و فریبکاری سود ببرند؟

آیا آنان می‌توانند نقل قول مستقیمی را تغییر دهند؟

آیا ضبط کردن صحبت های مصاحبه‌شونده بدون آگاهی وی، عمل درسـت است؟

آیا خبرنگار می‌تواند هدیه های مصاحبه‌شونده را بپذیرد؟

آیا او تنها تحت شرایط ویژه یی می‌تواند این هدیه ها را قبول کند؟

آیا معیار اخلاقی متفاوتی برای دریافت یـک کتـاب اهـدایی، تکـت رایگـان نمـایش و یـا سـفر رایگـان بـه یـک جـای تفریحـی زیبـا وجـود دارد؟ تـأثیر دریافـت هـدایای بـیش از حـد متعـارف، بـر معیـار هـا چیـست؟ هنگام مصاحبه با کودکان، خبرنگاران چه ملاحظاتی را باید در نظر بگیرند؟

آیا گزارشگر اجازه دارد که با والدین دانشجویی که دست به خودکـشی زده است، تماس بگیرد؟

تا چه اندازه رسـانه ها، امکــان پاسخگــویی بـه مطالـب نادرسـت را بـرای گیرنده گان فراهم آورده‌اند؟

خبرنگاران هنگام برخورد با بیماران روانی، چـه ملاحظـاتی را بایـد در نظـر داشته باشند؟

حفظ منابع خبری روزنامه‌ها تا چه اندازه بـرای خبـرنگـاران دارای اهمیـت است؟

آیا پرداخت پول به منابع خبری برای کسب خبر، درست است؟

آیا نقض حریم خصوصی افراد برای تهیه خبر، مجاز است؟

آیا ارزشنماهای متفاوتی برای اشخاص معروف و عامه مردم وجود دارد؟

تا چه اندازه تعهد به احزاب سیاسی یا فعالیت در جنبش‌ها، با مسایل حرفـه خبرنگاری و جنبهٔ حفـظ عـدالت و بیطرفـی در ایـن حرفـه، تنـاقض دارد؟

آیا رسانه ها اجازه دارند که اطلاعات نادرستی را که از سوی دولتها در زمان جنگ (یا حتا صلح) اعلام می‌شود، ارائه کنند؟

آیا نقض تحریم‌ها مجاز است؟

آیا پرداختن به مسایل سلیقه یی و یا کاربرد عکسهای جنجال بر انگیز و یـا زبان عاری از نزاکت امکان‌پذیر است؟

تا چه اندازه کاربرد زبان در روزنامه، در مصطلح سـاختن بعـضی واژه هـا در جامعه مؤثر است و چگونه روزنامه‌نگاران به ایـن مـسأله برخـورد کننـد؟ [۳۴]

مهمترین اصل های حقوقی و اخلاقی در ژورنالیزم:

اصل های بیشمار حقوقی و اخلاقی در رسانه ها مطـرح اسـتند. امـروز ایـن اصل ها در بیشترینه کشور های جهان در جمع قوانین مطالعه می شـوند و در شمار دیگر هنوز هم ضمانت اجرایی ندارند و در جمع اصل های اخلاقـی شمرده می شوند.

مقوله هایی چون احترام به حریم خصوصی، گزارشدهی بیطرفانه و منصفانه، احترام به معتقدات و ارزش های دینی و مذهبی، عدم گرفتن رشـوه، حفـظ اسرار حرفه یی و منابع خبری، خودداری از سرقت ادبی و... در شـمار ارزش های اخلاقی استند. شماری دیگری از مقوله هـا چـون حـق دسترسـی بـه

اطلاعات، آزادی بیان، حق پاسخ و ... صرف در محدودهٔ اخلاق باقی نمانده و شامل حقوق موضوعه کشور ها گردیده اند. در سطر های زیرین شماری از این اصل ها بر شمرده شده اند. نمیتوان ادعا کرد که همه اصل های اخلاقی و حقوقی در نظر گرفته شده است، اما کوشش شده که تا حد امکان به آنها پرداخته شود.

واقعیت، عینیت و صحت خبر:

در لحظه ارتباط، باید حقیقت حفظ شود و باید در جست و جوی حقیقت بود.
کارل یاسپرس

واقعیت، عینیت و صحت خبر به مفهوم گزارشدهی دقیق، عینی و صحیح از واقعه ها و جریان ها است. خبرنگار باید در حین گزارش تنها آن چه را که درست و عینی است بازتاب بدهد و نگذارد که اندیشه و جهانبینی و موقعیت خودش و یا رسانه یی که در آن کار می کند، روی حقیقت تأثیر بگذارد؛ به نحوی که آن واقعیت به شکل وارونه به اطلاع مردم برسد.
دقت و صداقت به این مفهوم است که خبرنگار در گزارش آن چیزی که می بیند و می شنود، صادق باشد و با حفظ امانت داری آن را به گیرنده گان انتقال دهد.
اچ. اس. استنساس H.S. Stensaas خبرنگار امریکایی در بررسیی که در مورد شش روزنامه بزرگ که در اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰ به چاپ می رسیدند، انجام داده بود به این نتیجه رسید که در فاصلهٔ زمانی ۱۸۶۵-۱۸۷۴ این روزنامه ها در خبر ها و گزارش های خود عینیت را در نظر نمی گرفتند؛ اما در سالهایی ۱۹۰۵- ۱۹۱۴ عینیت در کار شان مشاهده می گردد؛ اما پس از سال ۱۹۲۵ است که عینیت جز ضروری و لازمی تمامی خبرها و گزارش ها شمرده می شود. [۳۵]

عده یی به این باورند که نمیتوان عینیت را به طور کامل به گیرنده گان منتقل کرد، چون هر خبرنگار با دید ویژه و انگاره های ذهنی خود واقعیت ها را می نگرد و همو به شکل ناخودآگاه و غیر مستقیم در تحریف عینیت نقش دارد. از سوی دیگر ساده اندیشانه است اگر خبرنگاران ادعا ورزند که حقیقت را بدون چون و چرا می شناسند. گفتهٔ معروفی در زمینه وجود دارد: واقعیت یکی است، حقیقت دوتا است.
واصف باختری که در عرصه فلسفه پژوهش هایی را انجام داده است، حقیقت و واقعیت را چنین تعریف می کند: "حقیقت آن دانستنی ها دربارهٔ شئ است که آن را به درستی منعکس می سازد و با آن انطباق دارد. بنابر این حقیقت انعکاس درست ((واقعیت)) در اندیشه انسانی است. واقعیت یعنی آنچه که مستقل از ذهن ما وجود دارد و بر پایهٔ قوانین خویش سیر می کند و تکامل می یابد و هستی آن عینی است" [۳۶]
او همچنان می نگارد که حقیقت را نمیتوان دارای یک جهت دانست؛ در عین حال یک جهت حقیقت کامل نیست و آن را میتوان صرف ((شبه حقیقت)) یا ((نیمه حقیقت)) نامید. از سوی دیگر این جهات گاهی با هم متضادند و حقیقت، جز دریافت نسبت صحیح میان دو قطب متناقض و شناخت ((قطب عمده)) در ((لحظه مشخص)) چیز دیگری نیست.
از اینجاست که بحث نسبی بودن یا مطلق بودن حقیقت به میان می آید. باختری در مورد شناخت انسان از حقیقت می افزاید: "شناخت انسان هم مطلق است و هم نسبی، از این نگاه که تمام جهات و جوانب یک پدیده را در بر نمی گیرد و همواره تکامل و ژرفا می یابد و جهات و جوانب تازه تر واقعیت عینی را پدیدار می سازد، نسبی است و از این نگاه که دربرگیرندهٔ دانستنی های استوار و مطلقاً دقیق است، مطلق است." [۳۷]

والتر لیپمن در کتاب ((افکار عمومی)) از فضای کاذبی نام می برد که فرد در ذهن خود آن را می سازد. در حقیقت این فضا، حایلی بین دنیای واقعی و ذهن آدمی می گردد. در واقع انسان به تغییر واقعیت تلاش نمی ورزد اما تصاویری که به ذهن می رسد متأثر از همین فضای کاذب است. [۳۸]

برداشت از مفاهیم و واژه ها هم به گونه یی می تواند مانع حضور عینیت در گونه های خبری گردد. غالباً افراد برداشت های متفاوتی از مفاهیم و واژه ها دارند و غالباً واژه های یکسان در فرهنگ های متعدد بار معنایی یکسانی ندارند.

در بسا موارد خبرنگار چون از تمام جوانب قضیه آگاهی ندارد نمی تواند تصویر خوبی از واقعیت بدهد. گاهی هم خبرنگار با این که مطابق ارزشنما های حرفه خبرنگاری به انتخاب خبر و انتشار آن مبادرت می ورزد، در گزینش و پردازش خود به طور ناخودآگاه داوری ها و باور های اخلاقی ذهنی خود را در نظر می گیرد. پس دقت و عینیت به همان اندازه یی که به شیوه ها بسته است به باور های اخلاقی افراد نیز ارتباط دارد.

از سوی دیگر خبرنگاران همواره نمی توانند در محل واقعه و رویداد حضور داشته باشند. آنها با صحبت با شاهدان عینی و بررسی محل رویداد و درنظرداشت زمان به بازسازی رویداد می پردازند. اما اینکه این بازسازی چگونه صورت می گیرد، قابل بحث است. امروز از تخیل در ژورنالیزم صحبت می شود. خبرنگاران می توانند رویداد را به صورت ذهنی اما با حفظ عینیت تصویر کنند. نرم خبر ها حاکی از آن استند که رویداد های عینی با استفاده از شگرد های داستانی نبشته گردند تا در جهان پر از رقابت گیرنده گان خود را از دست ندهند. ولی نباید فراموش کرد که هیچگاهی عینیت را نمیتوان قربانی احساسات و صحنه پردازی کرد.

در بعضی موارد امانت داری را نمیتوان حفظ کرد. چنانچه بیل مویرز خبرنگار امریکایی روایت می کند که زمانی دانشجویی از اینکه یکی از رسانه ها تعداد شرکت کننده گان یک گردهمایی را ۱۰۰ هزار نفر و دیگری ۳۰۰ هزار ذکر کرده بودند، به او شکایت کرده گفته بود: "شاید بتوان خبرنگاران را به خاطر عدم قدرت نویسنده گی مورد عفو قرار داد اما ناتوانی آنها در شمارش اعداد، قابل چشم پوشی نیست." [۳۹]

اما مویرز اعتراف می کند که روش مناسبی برای برآورد دقیق جمعیت شرکت کننده وجود ندارد و مردم عادی دشواری این امر را حدس زده نمی توانند. شاید لازمی باشد که مردم از فرایند گرد آوری خبر ها، پردازش و پوشش آن مطلع گردند.

خلاف نظر آنانی که ادعا دارند تلویزیون تصویر عینی رویداد ها و واقعیت ها را نمایش می دهد، عده یی دیگر برآنند که تلویزیون با استفاده از تکنالوژی های دست داشتهٔ خود توانایی تغییر دادن حقیقت و تحریف آن را دارد. خبرنگاری که اصول اخلاقی را رعایت نکند می تواند با انتخاب صحنه ها و مونتاژ و تدوین آنها خبر را تحریف کند. خبرنگار تلویزیون می تواند با استفاده از وضعیت جسمی و روحی مصاحبه شونده گان – در حالاتی که مصاحبه شونده را عصبی و یا هم راضی نشان دهد- طرز تفکر و برداشت خود را بر تماشاچیان تحمیل کند و تصویر مغرضانه و یا برعکس آن را از رویداد ها و افراد بازتاب دهد.

در آگهی هایی که توسط رسانه ها منتشر می شوند، اخلاق حرفه یی یکی از بحث های عمده به شمار می رود. رسانه ها با آگهی هایی که از سوی نهاد های بازرگانی به دست می آورند در زمینه های اقتصادی خود کفا می شوند، ولی در مقابل، این نهاد ها می توانند با اعمال فشار رسانه ها را از

نقش نظارتی شان محروم کنند و زمینه های نقد و بررسی عملکرد های خود را نیز محدود سازند.
اخلاق حرفه یی به خبرنگاران حکم می کند که توصیف غیر واقعی و جانبدارانه از یک کالای تجارتی درست نیست.

بیطرفی و توازن:

یک خبرنگار ممکن است نظرات مختلف را در گزارش خود منعکس سازد، اما باز هم مغرض باقی بماند.

راسل بیکر خبرنگار روزنامهٔ نیویورک تایمز

توازن و رعایت انصاف در حقیقت تشریح رویداد ها به شکل دقیق، صحیح و در یک بافت مناسب است. توازن به این مفهوم است که در مسایلی که جوانب مختلف درگیر استند، نباید به صورت مستقیم و یا غیر مستقیم، صرف به بازتاب دیدگاه های یک گروه خاص به دلیل وابسته گی سیاسی، اقتصادی، نژادی، زبانی پرداخت، بل در هر حالت باید به گزارش هر دو جانب قضیه پرداخت و به صورت متوازن رویداد را گزارش داد. اما گزینه یی دیگر این است که اگر توازن در خبر تهدیدی بر منافع ملی باشد، میتوان از آن صرف نظر کرد.
بافت واژه گانی یعنی چگونه گی گزینش واژه ها نیز می تواند توازن را برهم بزند؛ گاهی ممکن است واژه ها با بار معنایی مثبت یا منفی مفهوم ویژه یی را در ذهن گیرنده گان تداعی کنند و در نتیجه توازن در گزارش و یا هر گونه دیگر ژورنالیستی از بین برود. در در جهان پر از رقابت امروز رسانه ها، روی سرگرمی سرمایه گذاری می کنند تا درآمد لازم را به دست بیاورند؛ ولی یک اصل اخلاقی این است که توازن و صداقت نباید قربان هیجان و سرگرمی گردند. مطالب جنجال بر انگیز در جذب گیرنده گان مؤثر است؛

اما در چنین حالتی ممکن است به توازن در خبر ضربه زده شود و ممکن نیست که توقع مراعات اخلاق حرفه یی را داشت.
در روزنامه نیویورک تایمز کتاب مرجعی به خبرنگاران داده می شود، تا آنان در کارهای عملی خود از آن استفاده کنند. در این کتاب آمده است: "بیغرضی و بیطرفی باید در تمامی اخبار و تحلیل های خبری مندرج در نیویورک تایمز رعایت شود. بی تردید صحت، عنصر اصلی بیغرضی و بیطرفی محسوب می شود. اما صحت به ساده گی می تواند مخدوش شود. برای مثال، یک رشته از حقایق که هر یک به تنهایی از صحت لازم برخوردارند می توانند به گونه یی مغرضانه و بدخواهانه در کنار یکدیگر چیده شوند. حتا واژه های به ظاهر ساده می توانند به گونه یی مورد استفاده قرار گیرند که به جانبداری منجر شود حتا اطلاعات مربوط به پس زمینه نیز می تواند بیغرضی را مخدوش کند."[۴۰]
در تلویزیون با انتخاب صحنه ها میتوان واقعیت را مخدوش کرد و توازن را از بین برد. در برنامه های رادیویی نیز چنین چیزی ممکن است که با استفاده از قطعات بریده صدا و مونتاژ آنها انجام داد. صحنه سازی، دروغ پردازی و تحریف با استفاده از فن آوری های نوین غیر اخلاقی شمرده می شود و ایجاد هر گونه تغییر در تصویر و صدا به قصد تخریب یک طرف قضیه درست نیست.
یکی از اهداف قانون رسانه های همه گانی که در مادهٔ دوم بند ششم آن تسجیل گردیده است، تأکید بر بیطرفی و توازن است. در این ماده تذکر داده شده است که رسانه های همه گانی باید نظریات مردم را مطابق با معیار ها، اصول و ارزش های ژورنالیستی (صداقت، بیطرفی و توازن) بازتاب بدهند.

در جامعهٔ دموکراتیک فرد ناگزیر است که از بخشی از آزادی های خـود بـه نفع افراد دیگر جامعه چشم بپوشـد و آن را محـدود سـازد. آزادی فـرد بـه معنای صدمه زدن به آزادی دیگران نیست.

آزادی، آزادی بیان و آزادی رسانه ها مفاهیمی اند که از دیـر بـاز باعـث بـه میان آمدن چالش ها و یک سری تنش هـا بـین خبرنگـاران و قدرتمـداران گردیده اند. دولت ها غالباً این آزادی ها را نظارت می کنند و فعالیـت هـای خبرنگاران را محدود می سازند. آزادی بیان و آزادی رسانه ها به علاوه ایـن که در بحث مفاهیم حقوقی مطالعه می گردنـد، در چگونـه گـی برخـورد و تعیین حد و مرزی برای آنها مفاهیم اخلاقی نیز شمرده می شوند.

آزادی بیان، محور و جوهر کارکرد های رسانه هـا را تـشکیل مـی دهـد. در حقیقت چیستی رسانه ها بدون آزادی بیان به گونهٔ یک پرسش در می آیـد و مخاطبین بدون این پدیده بالای رسانه ها اعتماد نمی توانند.

"آزادی بیان یکی از آزادی های مدنی است که در برگیرنده هـر دو ارتبـاط نوشتاری و گفتاری است و در بیشتر تعریف ها شامل جلوه های غیر زمـانی همچون لباس، رقص و موسیقی هم می شـود."[۴۱] بنـابر ایـن تعریـف آزادی بیان در یک محدوده باقی نمی ماند، بل شامل هنـر، فرهنـگ و در مجمـوع تمام پدیده هایی اجتماعی نیز می گردد.

در حقیقت آزادی بیان دارای سه عنصر است:

آزادی عقیده: به این مفهوم است که هـرکس حـق ابـراز آزادانـهٔ عقایـد و اندیشه های خود را بدون ترس و بیم داشته باشد. این عقاید و آزادی ها در عرصه های گونه گون می توانند ظهور کنند.

آزادی بیان و آزادی مطبوعات:

آزادی ارزشی است که در سرشت انسان وجود دارد و مبارزه برای به دسـت آوردن این حق همواره در سرخط عملکرد هـای انـسان قـرار داشـته اسـت. انسان فطرتاً می خواهد آزاد باشد و هر کاری را که می خواهد، انجام بدهـد. اندیشه ورزان در طول سده ها در مـورد مفهـوم آزادی و وسـعت آن سـخن رانده اند و به ویژه آن را با قرارداد های اجتمـاعی چـون قـانون و حقـوق و مفاهیم قدرت و انارشیزم مقایسه کرده اند. عده یی از آنان چـون هـابز فکـر می کرد که آزادی بدون قید و بند، زنده گی را به خشونت و نابرابری عجین می سازد. از آن جایی که در وجود انسان پدیده های منفـی و انگیـزه هـای شر نیرومند تر استند، پس قدرت و اجبار در کار است که این آزادی ها مهار گردیده در یک چارچوب خاص در بیاید، تا مانع نابودی نوع بشر گردند و از رشد بی رویهٔ میل به آزادی و تمایل به قدرت را که هر دو در سرشت انسان وجود دارند، جلوگیری کنند.

لاک برعکس معتقد بود که نیروی ((خیر)) در وجود انسان قـوی تـر اسـت پس میتوان در یک جامعـه مـدنی، حقـوقی را کـه انـسان قبـل از ورود در اجتماع داشت، نیز نگهداشت. با درنظر داشت نیکی و خیر بینی انـسان هـا، نباید آنها را زیر اجبار قرار داد.

کشف روسو این است که قدرت و آزادی دو ارزش همـسان و حتـا واحـدی استند. آزادی یعنی انجام دادن هر کاری که انسان می خواهـد؛ انـسان آزاد دارای قدرت است. اما در این میان باید تشخیص داد که انسان به چه کاری می خواهد دست، بزند. عقل و خرد انسان را قادر می سازد تا خواسته هایی را که او را ارضا می کنند، بشناسند. تعقل علاوه به اینکـه انـسان را رهبـری میکند مورد پذیرش عده زیادی دانشمندان و فیلسوفان نیز است.

اما باید در نظرداشت که آزادی هم حد و مرزهایی دارد و در هیچ جامعه یی آزادی بدون قید و شرط مقبول نیست. در همین اعلامیه آمده است:

"۱- هرکس در مقابل آن جامعه یی وظیفه دارد که رشد آزاد و کامل شخصیت او را میسر سازد.

۲- هر کس در اجرای حقوق و استفاده از آزادی های خود، فقط تابع محدودیت هایی است که به وسیلۀ قانون، منحصراً به منظور تأمین شناسایی و مراعات حقوق و آزادیهای دیگران و برای مقتضیات صحیح اخلاقی و نظم عمومی و رفاه همه گانی، در شرایط یک جامعه دموکراتیک وضع گردیده است.

۳- این حقوق و آزادیها، در هیچ موردی نمی تواند بر خلاف مقاصد و اصول ملل متحد اجرا گردد."

در بند دوم مادۀ ۱۹ میثاق بین المللی حقوق مدنی و سیاسی (مصوب ۱۶ دسامبر ۱۹۶۶) آمده است: "هرکس حق آزادی بیان دارد. این حق شامل آزادی تفحص و تحصیل و اشاعۀ اطلاعات و افکار از هر قبیل بدون توجه به سرحدات خواه شفاهاً یا به صورت نوشته یا چاپ یا به صورت هنری یا به هر وسیلۀ دیگر به انتخاب خود می باشد."

در یافته های اخیر علمی آزادی بیان را به چهار مرحله تقسیم کرده اند. در این تقسیم بندی اعلامیه های استقلال امریکا و اعلامیه حقوق بشر و شهروند انقلاب فرانسه به عنوان نخستین تعریف ها، جز مرحلۀ اول شمرده می شوند. تعریف های حقوق مطالبه یی جزو مرحله دوم و حق برخورداری از صلح، توسعه و حفظ محیط سالم در مرحله سوم شامل می شوند. در آخرین مرحله تعریف های که بر محور فن آوری های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی و انترنت استوار است، شامل می شوند. یکی از این قوانین که در

آزادی اطلاعات که شامل آزادی پخش اطلاعات، آزادی دریافت اطلاعات و آزادی جستجو اطلاعات می شود؛ تکمیل کنندۀ آزادی بیان محسوب می گردد.

آزادی نشر معلومات و فکر که در آن انتشار آزادانۀ افکار، اندیشه های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و شماری دیگر از این دست مطرح می گردد.

آزادی بیان و آزادی مطبوعات در قوانین ملی و بین المللی:

نخستین تعریف از آزادی بیان برای بار نخست در اعلامیه حقوق بشر و شهروند انقلاب فرانسه در سال ۱۷۸۹ ارائه شد. این اعلامیه شامل یک مقدمه و ۱۷ ماده است. در مادۀ ۴ این اعلامیه آمده است: "آزادی عبارت است از توانایی انجام دادن هر کاری که به دیگران زیان نرساند.

بنابر این، اجرای حقوق طبیعی هیچ یک از افراد دارای حد و مرزی نیست مگر حدودی که استفاده از همان حقوق را برای سایر اعضای جامعه تضمین کرده باشد. این حد مرز را فقط قانون میتواند تضمین کند."

در همین اعلامیه در مادۀ ۱۱ آمده است: "آزادی آگاهی از افکار و عقاید، از گرانبهاترین حقوق بشر است. بنابرین هر یک از افراد کشور می توانند هر چه می خواهند آزادانه بگویند، بنویسند، به چاپ برسانند، مگر در مواردی که قانون تعیین کرده باشد. در آن صورت تجاوز از آزادی مزبور مستلزم مسؤولیت خواهد بود."

در مادۀ ۱۹ اعلامیه جهانی حقوق بشر (دسامبر ۱۹۴۸) آمده است: "هر کس حق آزادی عقیده و بیان دارد و حق مزبور شامل آن است که از داشتن عقاید خود بیم و اضطرابی نداشته باشد و در کسب اطلاعات و افکار و در اخذ و انتشار آن با تمام وسایل ممکن و بدون ملاحظات مرزی آزاد باشد."

مرحلهٔ چهارم تصویب گردیده است، اعلامیه آزادی بیان و اطلاعات کمیته وزرای شورای اروپا مصوب ۱۹۸۲ است که شامل یک مقدمه، هشت ماده و سه بخش به شکل متن است. در مادهٔ چهارم مقدمه آمده است: "آزادی بیان و اطلاعات، برای توسعه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی انسان ضروری است و شرط پیشرفت هماهنگ گروه های اجتماعی و فرهنگی، ملت ها و جامعه بین المللی به شمار می رود."[۴۲]

در مادهٔ ۲۴ قانون اساسی افغانستان (۶ دلو ۱۳۸۲) آمده است: "آزادی حق طبیعی انسان است. این حق جز آزادی دیگران و مصالح عامه که توسط قانون تنظیم می گردد، حدودی ندارد.

آزادی و کرامت انسان از تعرض مصون است.

دولت به احترام و حمایت آزادی و کرامت انسان مکلف می باشد."

همچنان در مادهٔ ۳۴ قانون اساسی افغانستان در مورد آزادی بیان آمده است: "آزادی بیان از تعرض مصون است.

هر افغان حق دارد فکر خود را به وسیله گفتار، نوشته، تصویر و یا وسایل دیگر، با رعایت احکام مندرج این قانون اساسی اظهار نماید.

هر افغان حق دارد مطابق به احکام قانون، به طبع و نشر مطالب بدون ارائه قبلی آن به مقامات دولتی بپردازد."

قانون رسانه های همه گانی افغانستان (۱۳۸۴) در مادهٔ اول خود تصریح می دارد:

"این قانون به تاسی از حکم ماده سی و چهارم قانون اساسی و رعایت ماده نزدهم اعلامیهٔ جهانی حقوق بشر، به منظور تأمین حق آزادی فکر و بیان و تنظیم فعالیت رسانه های همگانی در کشور وضع گردیده است."

مادهٔ دوم اهداف این قانون را شرح می دهد که همه بر آزادی بیان، رشد و حمایت از آن تأکید می کند:

"اهداف این قانون عبارت اند از:

- حمایت و تضمین حق آزادی فکر و بیان.
- حمایت از حقوق ژورنالیستان و تأمین شرایط فعالیت آزاد رسانه ها.
- ترویج و انکشاف رسانه های همگانی آزاد، مستقل و کثرت گرا.
- فراهم نمودن زمینه مناسب برای اظهار فکر و احساس اتباع کشور توسط گفتار، نوشته، رسم، تصویر، ثبت روی نوار، تمثیل، حرکت و سایر پدیده های علمی، ادبی، هنری، و طبع و نشر.
- رعایت اصل آزادی بیان و رسانه های همگانی مسجل در اعلامیهٔ جهانی حقوق بشر با در نظرداشت دین مقدس اسلام. ...))

همچنان در مادهٔ چهارم در مورد آزادی فکر و بیان و حمایت های قانونی از آن چنین آمده است:

"۱- هر شخص حق آزادی فکر و بیان را دارد. طلب، حصول و انتقال معلومات، اطلاعات و نظریات در حدود احکام قانون بدون مداخله و محدودیت از طرف مسؤولین دولتی، شامل این حق است. این حق در برگیرنده فعالیت آزاد وسایل پخش، توزیع و دریافت معلومات نیز می باشد.

۲- دولت آزادی رسانه های همگانی را حمایت، تقویه و تضمین می نماید. هیچ شخص حقیقی یا حکمی بشمول دولت و ادارات دولتی نمی تواند فعالیت آزاد رسانه های خبری یا معلوماتی را منع، تحریم، سانسور یا محدود نموده و یا طور دیگر در امور نشرات رسانه های همگانی و معلوماتی مداخله نماید، مگر مطابق احکام این قانون."

استثنا های آزادی بیان و آزادی مطبوعات:

در بحث های بـالا آزادی بیـان و آزادی مطبوعـات در قـوانین ملـی و بـین المللی بررسی گردید. ولی باید اذعان کرد که حتا در کشور هـایی کـه ایـن ارزش ها را در قوانین خود جا داده اند، گاهی حالات اسـتثنایی و ویـژه یـی که در قانون پیشبینی نشده است، به میان می آید که باعث می گـردد ایـن آزادی ها محدود گردد. این محدودیت باید در واکنش به یک عمل حیاتی و مهم که در امنیت و منافع عمومی ریشه داشته باشد، وضـع گـردد، در غیـر آن قابل قبول نیست.

در مجموع جنگ های داخلی، جنگ ها با همـسایه گـان و یـا جنـگ هـای منطقه یی و بین المللی، آفات طبیعی، ملاحظـات امنیتـی، اعـلام حکومـت نظامی، حالات اضطراری که به مناسـبت هـای گونـه گـون در یـک کـشور ممکن به وجود بیاید، باعث بروز چنین استثنا هایی می گردد.

قسمتی از مادهٔ ۱۴۳ قانون اساسی افغانستان در مورد حالت اضطرار چنـین آمده است:

"هرگاه به علت جنگ، خطر جنگ، اغتشاش وخیم، آفات طبیعی، و یا حالت مماثل، حفظ استقلال و حیات ملی از مجرایی که در قانون اساسـی تعیـین شده، ناممکن گردد، حالت اضطرار از طرف رئیس جمهور بـا تأییـد شـورای ملی در تمام یا بعضی از ساحات کشور اعلان می شود."

آزادی اطلاعات و حق دسترسی و به دست آوردن آن:

آزادی فکر، آزادی بیان و حق به دست آوردن اطلاعات مشخصه های عمده یک جامعه مدنی و دموکراتیک به شمار می روند. مردم سالاری در حقیقـت یک نوع آگاهی درونی است که ریشه در سه نکته دارد: در گیر شدن، تـأثیر

نهـادن و مـسؤولیت پـذیرفتن در فراینـد هـای اجتمـاعی. بـدین ترتیـب دموکراسی از درون به بیرون انتقال می یابد.

روند دموکراتیک فرایندی اسـت کـه مـشارکت فعـال، پاسـخگویی و پاسخ پذیری و شفافیت را می طلبد. این سه اصل بنیادینی است که حلقه ارتباط و اطلاعات، آنها را به هم وصل می کند. شفافیت به ایـن مفهـوم اسـت کـه شهروندان حق دسترسی به اطلاعات را داشته باشند. اطلاعات باید سـریع و بدون دشواری برای شهروندان میسر شود. دسترسی به اطلاعات این زمینـه را میسر می سازد که شهروندان ملزم به مشارکت فعـال گردنـد. در چنـین مشارکتی افراد، اطلاعات را از طریق گردهمایی هـا، میـز گـرد هـا، گفـت و شنود ها، ابراز دیدگاه ها و همایش های این چنینـی تجزیـه و تحلیـل مـی کنند و خوشبینی ها و دغدغه های خود را ابراز مـی دارنـد. ایـن دو کـنش باعث می گردند که پاسخ گویی به عنوان اصل سوم و مرتبط به آنها مطـرح گردد. یعنی حکومت هـا در برابـر شـهروندان خـود پاسـخگو اسـتند و ایـن وضعیت وقتی به میان می آید که مردم در جریان اطلاعات مربوط به کنش ها و کارکرد های دولت قرار گیرند.[۴۳]

دسترسی به اطلاعات در قانون های اساسی و رسانه یی به حیث یـک حـق تسجیل گردیده است، اما در عین حال آن را میتوان یک اصل اخلاقـی نیـز دانست. همه مردم حق دارند که بدانند که در اطراف شان چه مـی گـذرد و خبرنگاران نیز حق دارند که به اطلاعات دسترسی پیدا کننـد، بـدون اینکـه گروهی یا قدرتی مانع آنان گردد. کسب آزادانه اطلاعات هنـوز هـم در کـره زمین چالش اساسی برای همه خبرنگاران انگاشته می شود. دولت ها و گروه های مقتدر همواره سعی بر این دارند که رسانه ها را در مضیقه قـرار داده و

عملاً آنان را به فقر رسانه یی مواجه سازند. این امر بیشترینه درکشور های جهان سوم محسوس است.

امروز در جهان نهادی بـه نـام Central Information Commission (CIC) به منظور نظارت و بررسی به امور اطلاع دهی فعالیت دارد که کلیه مراحل و فرایند های اطلاع دهی را بررسی می کند. شهروندان کشور هـایی که به این نهاد می پیوندند، بایـد قـانونی را تعقیـب کننـد، کـه مطـابق آن شهروندان آنها حق دارند که در همـه مـوارد از جملـه اخـتلاس، خیانـت و رشوت از حکومت معلومات بخواهند. مطابق این قانون هر شهروند حق دارد که از افراد و مراجع مسؤول خواهان اطلاعات شود. هرگاه افـراد مـسؤول در ظرف ۴۸ ساعت از اطلاع دهی خودداری کنند تحت پیگرد قانونی قرار مـی گیرند. تا کنون ۵۷ کشور به این فرایند پیوسته اند. [۴۴]

در قسمتی از مادهٔ ۵۰ قانون اساسی افغانستان آمده است: " اتباع افغانستان حق دسترسی به اطلاعات را در حدود احکام قانون دارا می باشند. این حـق جز صدمه به حقوق دیگران و امنیت عامه حدودی ندارد."

مادهٔ چهارم قانون رسانه هـای همـه گـانی بـه عـلاوه آزادی فکـر و بیـان و حمایت های قانونی از آن در مورد طلب و دریافت معلومات نیز اشاره دارد:

"هر شخص حق آزادی فکر و بیان را دارد. طلب، حصول و انتقال معلومات، اطلاعات و نظریات در حدود احکـام قـانون بـدون مداخلـه و محـدودیت از طرف مسؤولین دولتی، شامل این حق است. این حق در برگیرنـدهٔ فعالیـت آزاد وسایل پخش، توزیع و دریافت معلومات نیز می باشد."

مادهٔ پنجم این قانون در مورد (مطالبه معلومات) چنین حکم می کند:

"هر شخص حق دارد، معلومات را طلب و دریافت نماید. دولت بنابر تقاضای اتباع کشور، معلوماتی را که مطالبه می شود، فراهم می نمایـد، مگـر اینکـه

معلومات مطالبه شـده راز محـرم بـوده، افـشای آن امنیـت، منـافع ملـی و تمامیت ارضی کشور را به خطر مواجه سازد و یا به حقـوق دیگـران صـدمه وارد نماید."

نهاد (Article 19) و قانون حق دسترسی به اطلاعات:

مادهٔ ۱۹ (Article 19) یک نهاد مدنی غیـر دولتـی اسـت کـه در زمینـه آزادی بیان فعالیت های گسترده یی را انجام داده اسـت. ایـن نهـاد در مـاه جون ۱۹۹۹ الگویی را برای حق دسترسی به اطلاعات ارائه کرد که بعداً بـه شکل قانون در آمد و مورد تأیید جلسه سال ۲۰۰۰ سازمان ملل متحد قرار گرفت و بـه تـصویب رسـید. امـروز ایـن قـانون در جهـان از ارزش فراوانـی برخوردار است و بیشتر کشور های جهان از اصول آن پیروی مـی کننـد. در این الگو نه اصل در ارتباط به آزادی اطلاعات و حـق دسترسـی بـه آن درج گردیده است:

اصل اول: افشای حداکثر

افشای حداکثر اطلاعات این مفهوم را می رساند که تمـام اطلاعـاتی کـه در یک کشور موجود است باید در معرض دید مردم قرار گرفته و افشا گـردد و تمام شهروندان از حق مساوی جهت بـه دسـت آوردن اطلاعـات برخـوردار باشند. تنها در صورتی میتوان از این اصل عدول کرد کـه افـشای اطلاعـات تهدیدی برای امنیت ملی باشد یا باعث هراس افگنی میان مردم شده و نظم اجتماعی را مختل سازد. یعنی تنها در شرایط اسـتثنایی دولـت مـی توانـد اطلاعات را مخفی نگاه بدارد.

اصل دوم: الزام به انتشار

نهاد های دولتی نشر اطلاعات را باید به شکل یک جریان مستمر بیاورنـد و اسناد، مدارک و اطلاعات را بر مبنای همین اصل منتشر سازند و به صـورت

شفاف به شهروندان در زمینه های کارکردها و برنامه های نهاد های دولتی، تصمیم ها و اجراآت دولتی، سیاست گزاریها، تغییرات قانونی و دیدگاههای مثبت و منفی شهروندان در قبال این موضوعات معلومات بدهند.

اصل سوم: تقویت شفافیت در حکومت

دولت تمام اطلاعات را به صورت شفاف و روشن و بدون ابهام در اختیار شهروندان قرار دهد و هیچ گونه تحریفی در اطلاعات صورت نگیرد.

اصل چارم: مشخص ساختن محدودیتهایی که در این راستا وضع گردیده است:

هرگاه دولت نظر به قانون موضوعه کشور و یا هم ملاحظه های دیگر، مرز و محدودیت هایی را برای رسانش آزاد اطلاعات ضروری می داند، باید آن را به صورت مشخص به مردم ارائه کند و دلایل و نیاز همچو محدودیت ها را نیز بر شمارد.

اصل پنجم: ایجاد سهولت

خط فاصل بین اطلاعات و شهروندان تا حد ممکن کوتاه ساخته شود. شهروندان در صورت تمایل و خواهش دسترسی به اطلاعات باید بدون قید و شرط و ایجاد موانع از آن برخوردار شوند. در این زمینه ساز و کار هایی مطرح گردد که شهروندان با ساده گی و سهولت از تمام نهاد های دولتی اطلاعات را به دست بیاورند.

اصل ششم: هزینهٔ دریافت اطلاعات نباید سنگین باشد

هزینه هایی که نهاد های دولتی به این منظور در نظر می گیرند، نباید گران باشد که در نتیجه مانع این حق گردند.

اصل هفتم: مذاکرات و همایش های علنی

دولت باید مذاکرات و جلسه های خود - طور مثال جلسات پارلمان- را به صورت علنی دایر کند تا همه شهروندان آگاه باشند که دولت مصروف چه کاری است و چه تصمیم هایی اتخاذ می کند.

اصل هشتم: هماهنگ سازی سایر قوانین با اصل آزادی اطلاعات

در هر قانونی باید به حق دسترسی به اطلاعات ارجحیت داده شود و هرگاه قانونی در مغایرت با این اصل قرار گرفت، باید مورد تعدیل و بازنگری قرار گیرد، تا به اولویت این حق ارج گذاشته شود.

اصل نهم: حمایت از منتقدین و افشا گران

افرادی که جریان های منفی، کارکرد های ضد منافع اجتماعی و اشخاص جنایت کار را افشا می کنند، باید مورد حمایت قانون قرار گیرند.[۴۵]

حق پاسخ:

حق پاسخ اصل اخلاقیی است که در بیشتر کشور های جهان نهادینه شده است. این حق برای افراد و رسانه ها در مقابل هم مطرح می گردد. هرگاه مطلبی که بیشترینه جنبهٔ انتقادی دارد، در یک رسانه منتشر می شود و این مطلب در تناقض با دیدگاه، اندیشه و یا منافع کسانی واقع می گردد و همان شخص یا نهاد در این رابطه می خواهند، پاسخ بگویند، باید برای پاسخ آنان مجال انتشار در همان رسانه فراهم گردد.

حق پاسخ تنها در چارچوب اخلاق حرفه یی باقی نمانده است، بل این حق در قانون رسانه های همه گانی نیز تسجیل شده است. کشور هایی چون آلمان، ایتالیا، روسیه، اتریش، ترکیه، ایران و چند کشور دیگر این اصل اخلاقی را حق قانونی شمرده و آن را در یکی از ماده های قانون رسانه های شان درج کرده اند. در چند کشور از جمله آلمان، فرانسه، یوگوسلاوی و سویدن این حق تعمیم بیشتری یافته است. در عین حال گفتمان حق پاسخگویی به علاوهٔ رسانه های چاپی در رسانه های الکترونیک نیز اوج گرفته است.

در کتاب مرجع خبرنگاران روزنامه نیویورک تایمز در مورد حق پاسخ چنین آمده است: "خبرنگاران مؤظف اند تا به هر وسیله ممکن با فرد یا افراد و سازمان هایی که مورد انتقاد قرار گرفته یا اتهاماتی علیه آنها وارد شده، تماس برقرار ساخته و فرصت لازم را برای پاسخگویی آنان فراهم کنند. در صورت عدم امکان انجام چنین کاری، باید در مقاله ذکر شود که تلاش برای انعکاس نظرات و پاسخ افراد و سازمانهای طرف انتقاد و اتهام صورت گرفته اما به دلایلی که در مقاله عنوان شده این تلاش بی نتیجه مانده است." [۴۶]

حق پاسخ در قانون مطبوعات بیشتر کشور های جهان درج گردیده است. در قانون مطبوعات افغانستان (۱۳۸۴) این حکم صراحت ندارد اما از ورای آن میتوان به چنین مفهومی دست یافت. در مادهٔ بیست و هفتم این قانون آمده است: "مدیر مسؤول مکلف است تساوی حقوق انتقاد کننده و انتقاد شونده را در رسانهٔ مربوط رعایت نماید."

در قانون مطبوعات ایران که در سال ۱۳۶۴ تصویب گردیده است - در سال ۱۳۷۹ تعدیلات و اصلاحاتی در آن وارد شده است- در مادهٔ ۲۳ فصل ششم چنین آمده است:

"هرگاه در مطبوعات مطالبی مشتمل بر توهین یا افتراء یا خلاف واقع و یا انتقاد نسبت به شخص (اعم از حقیقی یا حقوقی) مشاهده شود، ذینفع حق دارد پاسخ آن را ظرف یکماه کتباً برای همان نشریه بفرستد و نشریه مذبور مؤظف است اینگونه توضیحات و پاسخها را در یکی از دو شماره یی که پس از وصول پاسخ منتشر میشود، در همان صفحه و ستون و با همان حروف که اصل مطلب منتشر شده است، مجانی به چاپ برساند، به شرط آنکه جواب از دو برابر اصل تجاوز نکند و متضمن توهین و افتراء به کسی نباشد." [۴۷]

در تبصره ۱ این ماده تصریح شده که اگر نشریه مطالب یا توضیحات مجددی چاپ کند، پاسخگویی مجدد برای متعرض باقی است. در این قانون، جزایی نیز برای متخلف پیشنهاد گردیده است که اگر نشریه از درج پاسخ امتناع ورزد، یا آن را منتشر نکند، شاکی می تواند به محکمه شکایت کند. محکمه برای نشریه اخطار صادر می کند و در صورت تخلف نشریه را برای مدت مؤقت تعطیل میکند.

چنانچه دیده می شود که این حق در قانون مطبوعات ایران با شرح جزییات و پیشبینی جزا ذکر گردیده است؛ اما در قانون مطبوعات افغانستان وضاحت ندارد. انتقاد، انتقاد کننده، و انتقاد شونده تعریف نشده اند و صراحت ندارد که ((تساوی حقوق)) طرفین در کدام حالات مدنظر است.

آنچه در حق پاسخ قابل تأمل است، این است که نمیتوان هر نامهٔ وارده را منتشر کرد. در اینجا بین حق پاسخ و حق تصحیح تفاوت قایل شده اند. در بسا موارد فقط حق تصحیح را قابل قبول می دانند و در مواردی که اشتباه صورت گرفته است، تنها همان نکته را مشخص می کنند.

افترا، تهمت و هتک حرمت:

افترا عبارت از نشر مطالب نادرست و خلاف واقعیت در مورد افراد است که به شخصیت، روان، موقعیت اجتماعی و منافع مالی آدمها صدمه می زند؛ هتک حرمت، توهین به شخصیت و موقعیت یک فرد است طوری که از لحاظ مادی و معنوی به حیثیت فرد لطمه وارد کند و نیکنامی وی را در جامعه مخدوش سازد.

توهین و افترا، اخلاق عمومی جامعه را خدشه دار میسازد. ممکن است افترا و تهمت برای مدت کوتاه تأثیر زیاد داشته باشد؛ اما خبرنگاران همواره باید حقیقت و وجدان را محک عملکرد های خود قرار دهند.

افترا، تهمت و هتک حرمت در کشور های دنیا صور گونه گونی دارند. بینش و نگرش افراد که از فرهنگ، زبان، منطقه و عوامل دیگر تأثیر پذیر است، در شناخت این مقوله واکنش های متعددی را بر انگیخته است. در بیشتر کشورها این خلاف رفتاری اخلاقی به علاوه از این که ((جرم مطبوعاتی)) محسوب می گردد مشمول مواد قانون مدنی نیز گردیده است.

افترا و تهمت از جمله موارد غیر اخلاقیی استند که برای آن در قوانین مدنی بیشتر کشورها جزا تعیین می گردد؛ چون این خطا را تنها خبرنگاران مرتکب نمی شوند. هر فرد عادی ممکن است در مورد کسان دیگر شایعه پراگنی کند. اما در بعضی جاهای دیگر تنها در قوانین مطبوعاتی برای آن جزا در نظر گرفته شده است.

افترا و تهمت را نمیتوان در یک کلیشه گنجانید؛ چون به دلیل چندگونه گی سلیقه ها و باور ها فشرده نمی گردد، از سوی دیگر مفهوم آن چنان عام و گسترده است که دشوار است تا به تعریف مانع و جامعی از آن دست یافت.

کارشناسان و حقوق دانان برجستهٔ بیشتر کشورها اعتراف دارند که تعیین حد و حدود در این راستا دشوار است.

((لوییس فورر)) میگوید که عدم وضاحت در مورد این که چه مطالب نباید منتشر شوند، تأثیر منفی بر کارکرد های رسانه ها می گذارد. خبرنگاران به دلیل عدم اطمینان از پیامد مطالب منتشره به خود سانسوری و سانسور دست می زنند.[۴۸]

انتقاد سازنده در جهت منافع عامه و اظهار نظر به رفتار افراد، هتک حرمت نیست، اما اظهار نظر باید در ارتباط به رفتار های اجتماعی افراد باشد و به زنده گی خصوصی و شخصیت درونی آنها تعلق نگیرد.

خبرنگاران به علاوهٔ اطلاع رسانی وظایف دیگری نیز دارند. تقدس حرفه یی ایجاب می کند تا ژورنالیست پرده از نا به سامانی ها و پلشتی های جامعه بر اندازد و اشخاص منفی و فاسد جامعه را معرفی دارند. اما از آنجایی که خبرنگار مانند هر انسان دیگر دچار اشتباه می گردد و در مواردی هم رقابت، نفع، نگرش سیاسی، بینش مذهبی و پاره یی از این موارد او را وادار می سازد که تا مطلبی خلاف واقعیت ابراز دارند و حیثیت فردی را لکه دار سازند و یا هم در گرد آوری معلومات و ارقام دقیق نباشند و زمینهٔ اتهام و افترا را میسر سازند.

هرگاه فرد بیگناهی مورد تعرض قرار گرفته و هتک حرمت علیه او صورت بگیرد، فرد مذکور حق دارد شکایت کرده و اعادهٔ حیثیت کند. توهین و هتک حرمت تنها از طریق واژه ها صورت نمی گیرد. گاهی با نشر عکس، کارتون، کاریکاتور هم عملی می گردد.

سوء نیت در توهین و هتک حرمت نیاز به اثبات ندارد و همیشه مفروض است. استفاده از نقل قول غیر مؤثق و شایعه از مسؤولیت متهم نمی کاهد. هرگاه مرتکب هتک حرمت ثابت کند که مطالب توهین آمیز مفروضهٔ وی قرین حقیقت است، از مسؤولیت معاف می شود.

در قانون انگلستان گفته یی و یا نوشته یی هنگامی افترا تلقی میشود که:

"- او را هدف نفرت، استهزا یا توهین قرار دهد.

- دیگران را از معاشرت با او باز دارد.

- به جایگاه او در مقام، حرفه یا کسبش آسیب بزند."[۴۹]

در بعضی ایالات متحدهٔ امریکا هنگامی که فرد و مقام رسمی در معرض افترا قرار می گیرند باید ثابت کنند که خبرنگار در اصل از بی اساس بودن افترا آگاه بوده است و سوء نیت در مورد شان صورت گرفته است. بعضی

موارد حتا بی توجهی و عدم دقت خبرنگار هم نمی تواند در برأت او کاراً باشد.

افترا و تهمت در رسانه ها در ((قانون جزای افغانستان)) زیر نام قذف و دشنام پیشبینی شده است. در مادهٔ ۴۳۶ قانون جزا قذف چنین تعریف گردیده است:

"قذف عبارت است از نسبت دادن واقعه معینه به غیر توسط یکی از وسایل علنی، به نحوی که اگر صدق می داشت شخصی که تهمت به او نسبت داده شده به جزا محکوم می گردید یا به نزد مردم تحقیر می شد."

به اساس همین ماده (۴۳۶) قانون جزا، جزای قذف، حبس متوسط که از دو سال بیشتر نباشد و همچنان جزای نقدی که از ده هزار افغانی کمتر و از بیست هزار افغانی زیادتر نباشد، تعیین گردیده است و یا هم متخلف به یکی از این دو جزا محکوم می گردد.

تعقیب جرم قذف تنها به اساس شکایت مقذوف صورت می گیرد. در مادهٔ ۴۴۰ قانون جزا آمده است:

"در جرم قذف هیچ نوع تحقیق، تعقیب و اقامه دعوی صورت گرفته نمی تواند مگر به اساس شکایت مقذوف.))

بند سه مادهٔ ۱۲۰ قانون جزا نیز در این مورد چنین حکم می کند:

"در جرایم قذف، توهین و دشنام موافقت مجنی علیه در افشا و نشر حکم حتمی می باشد."

بند ۴ مادهٔ ۱۲۰ در مورد ارتکاب این جرم توسط رسانه ها چنین حکم می کند:

"هرگاه جرم قذف، توهین و دشنام از طریق وسایل مطبوعاتی صورت گرفته باشد محکمه به نشر آن با رعایت حکم فقره (۳) این ماده توسط عین وسیله حکم می نماید.

در صورت امتناع یا تعلل بدون عذر معقول از نشر حکم مدیر مسؤل به جزای نقدی ایکه بیش از (پنج هزار) افغانی نباشد، محکوم می گردد."

در مادهٔ ۴۴۲ نیز در مورد دشنام تصریح شده است که هرگاه دشنام به نحوی که اعتبار یا حیثیت شخص را جریحه دار نماید، توسط یکی از وسایل علنی تحقق یابد، مرتکب به حبس قصیری که از سه ماه کمتر نباشد یا جزای نقدی که از سه هزار افغانی کمتر و از دوازده هزار افغانی بیشتر نباشد محکوم می گردد.

در قانون رسانه های همه گانی افغانستان هتک حرمت و افترا به افراد منع قرار داده شده است و در مادهٔ سی و سوم چنین آمده است:

"نشر مطالب ذیل در رسانه های همگانی جواز ندارد:

۱- مطالبی که مغایر با اصول اسلام و توهین به سایر ادیان و مذاهب باشد.

۲- مطالبی که موجب هتک حرمت و افترا به اشخاص گردد."

مصئونیت حریم خصوصی:

حریم خصوصی Private Domain ساحهٔ خصوصی و تعرض ناپذیر از حیات فردی انسان است. از نظر حقوق دانان حریم خصوصی شامل چهار بخش زیرین می گردد:

- حریم خصوصی جسمانی Body Privacy
- حریم خصوصی در منازل و اماکن Territoial Privacy
- حریم خصوصی اطلاعاتی Information Privacy
- حریم خصوصی ارتباطیCommunication Privacy [50]

مقالهٔ مشهوری که در آن برای نخستین بار حق مصئونیت زنده گی خصوصی افراد را مطرح کرد، در سال ۱۹۸۰ در امریکا توسط ساموییل دی. وارن و لویس براندیس به نام ((حق مصئونیت حریم خصوصی)) نشر شد. آنها این مقاله مشترک را در واکنش و اعتراض علیه نشر گزارشی در ارتباط به ضیافتی که در منزل وارن برپا شده بود، به چاپ رساندند. نویسنده گان این مقاله که با نگرش حقوقی به موضوع امنیت حریم خصوصی افراد پرداخته بودند، معتقد بودند که مطبوعات در همه زمینه ها امنیت حریم خصوصی و حیثیت افراد را نقض کرده است و این بدگویی و شایعه پراگنی نه تنها به افراد بیکار و بدخواه بر می گردد، بل به یک کنش بازرگانی تبدیل شده است که مطبوعات از آن بهره می برد.

در سدهٔ گذشته گفتگو هایی زیادی بین قانونگزاران، به ویژه در سال ۱۹۲۷ که محکمه عالی امریکا باید حکمی در این مورد صادر میکرد، صورت گرفت که آیا استراق سمع تلفنی تجاوز به حریم خصوصی است و یا خیر. با این که اکثریت اعضای این محکمه معتقد بودند که گوش دادن پنهانی به صحبت های تیلفونی به هیچ وجه نمی تواند تعرض بر حریم خصوصی و نقض قانون باشد؛ اما قاضی لویس براندیس به استناد بر قانون اساسی امریکا این گفته ها را رد کرد و گفت: "از حق رها کردن مردم به حال خود- که جامع ترین حقوق و حقی است که انسان متمدن بیش از هر حق دیگری برای آن ارزش قایل است- حمایت شود و بر این اساس استراق سمع اگر به اندازهٔ دیگر تفتیش ها و مصادره ها و توقیف ها، تجاوز به حقوق مردم نباشد، کمتر نیست."[۵۱]

براندیس بر حق بود. درست چهار دهه بعد در ۱۹۶۷ محکمه عالی امریکا این گفته ها را تأیید کرده و ابراز داشت که دولت و افراد خصوصی در

صورتی می توانند به استراق سمع تیلفونی بپردازند که حکم قضایی را بر استناد دلایل عقلانی و محکم در دست داشته باشند. ضوابط این اصل بعداً در سال ۱۹۶۸ تهیه شد.

امریکا در سال ۱۹۷۴ تحت فشار شدید افکار عمومی ((قانون حریم خصوصی)) را تصویب کرد. اما در سال های بعد این قانون بنابر نظارت دولت بر برنامه های کمک های مالی دولت، قرضه ها، امور مهاجرین، تعیین وضعیت مالی افراد و مواردی از این دست کمرنگ شد؛ با این که در این عملکرد هم دولت از حمایت افکار عامه برخوردار بود.

قانون بین المللی ارتباطات کیبلی که در سال ۱۹۸۴ تصویب شد، نیز از حق مشترکین این شبکه ها برای حفظ اطلاعات شان حمایت می کند و مقررات بین المللی دربارهٔ حمایت از حریم خصوصی افراد در شبکه های ارتباطی در بیشتر کشور های اروپایی مقبولیت دارد.

حریم خصوصی و منافع عمومی همواره در مقابل هم قرار می گیرند. میتوان گفت که حق مصئونیت حریم خصوصی در تعارض با حق مردم به آگاهی از اطلاعات قرار می گیرد. چه کسی میتواند داوری کند که چه اطلاعاتی برای عموم ضروری شمرده می شود و چگونه میتوان در به دست آوردن این اطلاعات، احترام به حریم خصوصی را حفظ کرد؟

مهمترین نکته قابل بحث و اختلاف اما، تعیین حد و مرز بین حق دسترسی به اطلاعات همه گانی و اطلاعات خصوصی است. این دشواری در سراسر جهان وجود دارد و همواره تلاش های صورت گرفته است تا صورت های واقعی این هر دو شناسایی گردند؛ اما از آنجایی که تباین و ناهمگونی ها میان فرهنگها و اخلاقیات هر جامعه و ملت وجود دارد، پاسخ به این خواست دشوار و حتا ناممکن است. بحث قابل تأمل دیگر در زمینه اینست

که آیا مردم حق دارند در مورد حریم خصوصی زنده گی اشخاص مشهور چیزی بدانند؟ آیا مردم حق دارند که از جزییات زنده گی افرادی که در پست های دولتی و رسمی و یا دیگر پست های بلند غیر دولتی کار میکنند، بدانند؟ آیا اطلاعات به دست آمده همه گانی است و یا خصوصی؟ زنده گی خصوصی افراد مشهور آیا ربطی به مسؤولیت های اجتماعی آنان دارد؟ چه مرزی را میتوان میان حریم خصوصی و زنده گی اجتماعی قایل شد؟

قوانین بیشتر کشور های غربی حق افراد را جهت تعقیب رسانه های چاپی، صوتی و تصویری در صورت تعرض بر آنان تضمین کرده است.

ایالات فدرال آلمان نظر به تبصرهٔ ۱ ماده ۴ قانون ایالت زاکسن با آنکه همه مقامات مسؤول را مؤظف می دانند که اطلاعات را در دسترس نماینده گان مطبوعات، رادیو، تلویزیون قرار دهند، اما در تبصرهٔ ۲ همان ماده مواردی را هم مشخص کرده اند که بر حفظ و امنیت حریم خصوصی تأکید می ورزد و مقامات بر استناد بر آنها می توانند از دادن اطلاعات خودداری ورزند:

"۱- رویاروی شدن با مقررات رازداری و محافظت شخصی،

۲- زمانی که با اطلاع رسانی، اجرای متناسب محاکمه یی به تعلیق افتاده، با مانع مواجه شود، به درد سر افتد، با تأخیر روبرو شود و یا به مخاطره بیفتد،

۳- با اطلاع رسانی، یک منفعت بسیار عمومی و یا حفظ الزامی یک منفعت شخصی خدشه دار شود. یا...

۴- حجم اطلاع رسانی از حد انتظار فراتر باشد." [۵۲]

عده یی از خبرنگاران بدین باورند که باید برای محتوای واقعی اخبار ارزش قایل بود؛ اما عدهٔ دیگر می گویند که رسانه ها حق دارند تا در مورد شایعات، سوءظن ها و مسایل ثابت نشده نیز مردم را مطلع سازند.

دشواری دیگری که رسانه های جدید ارتباطی در بحث اخلاق به میان می آورند، همانا عدم کنترول بر اطلاعات گردآوری شده در مورد افراد در شبکه های ارتباطی است. با ظهور این رسانه ها حتا مرز های ملی و خصوصی دولت ها در هم شکسته است. با تعبیر هایی میتوان برایند جهانی شدن را مثبت ارزیابی کرد؛ اما دیده می شود که در این فرایند دولت ها قادر نیستند تا از فرهنگ و باور های ویژه جامعه خود که به وسیله شبکه ها و ماهواره ها تهدید می گردند، نگهداری کنند.

در عصر اطلاعات که لازمهٔ آن گرد آوری اطلاعات در مورد افراد از سوی شرکت ها، بانک ها، بیمه ها و دیگر مراجع است، حفظ حریم خصوصی معنای گسترده تری می یابد و دشواری هایی برای خبرنگاران نیز پیش می آید. مردم امروز نگران هستند که اختیار و کنترول زنده گی شخصی خود را از دست بدهند. گروهی از کشور های غربی برای حمایت از اطلاعات خصوصی افراد مقرراتی دربارهٔ ((شیوه های عادلانهٔ اطلاعات)) وضع کرده اند. این مقررات از افراد حمایت می کند تا بدانند که چه اطلاعاتی در مورد آنان جمع آوری می شود، اطلاعات را خود مشاهده کنند و حق اظهار نظر بر آن را داشته باشند و مطمین باشند که از این اطلاعات تنها به منظوری که جمع آوری شده است، استفاده صورت گیرد.

آلمان و کانادا و برخی دیگر از کشور های غربی نهاد ها و کمیسیون های ملی حمایت از حریم خصوصی افراد را بنا نهاده اند. این نهاد ها دولت ها و

نهاد های خصوصی را نظارت می کنند تا روش های عادلانهٔ گرد آوری اطلاعات را در پیش گیرند.

دغدغه هایی وجود دارد که با گرد آوری اطلاعات در بانک های اطلاعاتی در سیستم گستردهٔ انترنت پشتیبانی و حمایت از حق افراد در امنیت حریم خصوصی شان دشوار و حتا ناممکن گردد. چه تضمینی وجود دارد که افرادی چون هکرها که به صورت غیر قانونی به شبکهٔ انترنت دستبرد می زنند و مسوؤلانی که حیطهٔ اخلاق را مهم نمی شمارند، از این اطلاعات سوءاستفاده نکنند.

کلیفورد. جی. کریستیانز میگوید: "استادان مدارس خبرنگاری و آرای افکار عمومی، معتقدند که دست کم در فرهنگ های غربی، راز داری به عنوان نخستین مسأله در اخلاق رسانه یی مطرح است. ورود به حریم خصوصی و زنده گی شخصی افراد خشم عظیمی را بر می انگیزد و به اعتبار مطبوعاتی خدشه وارد می کند. امور مربوط به زنده گی شخصی افراد، از جمله دردناکترین اموری است که گزارشگران با آنها روبرو میشوند."[۵۳]

او همچنان تأکید می ورزد که پرداختن به زنده گی خصوصی افراد در صورتی مجاز است که باعث حل یک بحران عمومی یا برجسته سازی یک مشکل اجتماعی شود.

دیوید رندال خبرنگار انگلیسی همچنان رعایت حریم خصوصی افراد را ضروری می شمارد. از دیدگاه او خبرنگار برای ورود به حریم دیگران باید دلیل قانع کننده یی داشته باشد. البته اشخاص شهرت در بعضی موارد مجبورند تا قسمتی از حریم خصوصی خود را فدای موقعیت عمومی خود نمایند، زیرا مردم حق دارند تا در مورد آنان بیشتر بدانند.

در مادهٔ ۱۲ اعلامیهٔ جهانی حقوق بشر (مصوب ۱۰ دسامبر ۱۹۴۸ میلادی) آمده است:

" احدی در زنده گی خصوصی، امور خانواده گی، اقامتگاه یا مکاتبات خود نباید مورد مداخله های خود سرانه واقع شود و شرافت و اسم و رسمش نباید مورد حمله قرار گیرد؛ هر کس حق دارد که در مقابل این گونه مداخلات و حملات مورد حمایت قانون قرار گیرد."

قانون اساسی افغانستان مادهٔ ۳۷ ویژهٔ محرمیت مراسلات و ارتباطات افراد است:

" آزادی و محرمیت مراسلات و مخابرات اشخاص چه به صورت مکتوب باشد و چه به وسیلهٔ تیلفون، تلگراف و وسایل دیگر، از تعرض مصئون است. دولت حق تفتیش مراسلات و مخابرات اشخاص را ندارد، مگر مطابق به احکام قانون." همچنان این قانون مسکن افراد را نیز مصئون می داند. در قسمتی از مادهٔ ۳۸ در این مورد آمده است: "مسکن شخص از تعرض مصئون است.

هیچ شخص به شمول دولت، نمی تواند بدون اجازهٔ ساکن یا قرار محکمهٔ با صلاحیت و به غیر از حالات و طرزی که در قانون تصریح شده است، به مسکن شخص داخل شود یا آن را تفتیش نماید."

در مادهٔ ۴۰ در مورد ملکیت های خصوصی تصریح شده است که ملکیت از تعرض مصئون است.

در مادهٔ پنجم قانون رسانه های همه گانی افغانستان (۱۳۸۴) این مطلب به صورت تلویحی چنین آمده است:

"هر شخص حق دارد، معلومات را طلب و دریافت نماید. دولت بنابر تقاضای اتباع کشور، معلوماتی را که مطالبه می شود، فراهم می نماید، مگر اینکه

معلومات مطالبه شده راز محرم بوده، افشای آن امنیت، منافع ملی و تمامیت ارضی کشور را به خطر مواجه سازد و یا به حقوق دیگران صدمه وارد نماید."

دولت افغانستان به منظور حمایت از حقوق مردم کمیسیون مستقل حقوق بشر را تأسیس کرده است. هر شخص می تواند در صورت نقض حقوق خود به این کمیسیون مراجعه کند و کمیسیون در این ارتباط افراد متضرر را به مراجع قانونی راجع می سازد. این حکم در مادۀ ۵۸ قانون اساسی تسجیل شده است.

حفظ منابع محرمانه:

رسانه ها در قبال منابع محرمانه مسؤولیت دارند و به هیچ صورت نباید هویت منابعی را که خود نمی خواهند هویت شان آشکار شود، فاش بسازند. تجارب خبرنگاران مشهور و آزاده جهان یاد آور این حقیقت است که هر خبرنگار متعهد نسبت به کسانی که از آنان اطلاعات را جمع آوری می کنند، مسؤول بوده و از افشای هویت کسانی که خود شان تمایلی به افشای نام خود ندارند، خودداری می کنند.

این نکته را نیز باید به یاد داشت که حق خود داری از افشای منبع و شهادت دهی برای خبرنگاران که در بعضی از کشور ها وجود دارد، این دشواری را به وجود می آورد که اطلاعات به صورت نادرست از سوی خبرنگاران بازتاب یابد و احیاناً شایعه ها هم بدون ذکر منبع مؤثق مجال نشر یابند. پس این مقوله زیان هایی را هم برای رسانه ها در قبال دارد؛ زیرا در صورتی که همه افراد مطمین باشند که هویت آنها حفظ می گردد و تحت بازجویی و پاسخدهی قرار نمی گیرند، ممکن است حقیقت را نگویند

و یا آن را مخدوش بسازند. این افراد ممکن است وابسته به جریان های گوناگون باشند و به فریب رسانه ها و مردم بپردازند.

آیین نامۀ ((اتحادیۀ ملی خبرنگاران بریتانیا)) بر حفظ محرمیت کاری و منابع محرمانه اطلاعات تأکید می ورزد. در این آیین نامه آمده است: "خبرنگاران اخلاقاً مؤظف اند منابع محرمانه اطلاعات را محفوظ نگاه دارند." [۵۴]

ولی قوانین بریتانیا با این که به این اصل اخلاقی ارزش قایل است، اجرای عدالت را در اولویت قرار می دهد. در بعضی موارد استثنایی که افشای منبع الزامی باشد، دادگاه دستور افشای منبع را به خبرنگار می دهد. هرگاه خبرنگار از این حکم سرباز زند، ممکن است به زندان بیفتد. شبکۀ خبری بی بی سی در این مورد معتقد است که خبرنگار باید شخصاً تصمیم بگیرد که به زندان می رود و یا منبع خود را افشا می کند.

خبرنگاران بارها به دلیل فاش نکردن منابع خود به زندان رفته اند. در ایالات متحد امریکا قانون مصئونیت Shield Law وجود دارد که خبرنگاران را در مقابل قانون برای افشای اطلاعات محافظت می کند؛ اما در پاره یی از موارد قانون مصئونیت نیز نمی تواند از خبرنگار حمایت کند.

قانون رسانه های همه گانی افغانستان (۱۳۸۴) برای حمایت قانونی از ژورنالسیتان آنان را محق می داند که از افشای منابع معلوماتی شان خودداری ورزند مگر اینکه حکم محکمه ذیصلاح بر افشای آن تأکید ورزد. در فقرۀ دوم مادۀ ششم این قانون آمده است:

"ژورنالیستان حق دارند از افشای منابع معلوماتی شان خودداری نمایند، مگر اینکه محکمۀ ذیصلاح در مورد افشای آن حکم نموده باشد."

جعل هویت:

جعل هویت شخصی، احتمالاً شیوه پسندیده یی شمرده نمی شود؛ اما در برخی از موارد شیوه مؤثر و هیجان انگیز است.
دان هوایت

یک اصل اخلاقی بر آن است که خبرنگار در حین جمع آوری اطلاعات نباید هویت خود را مخفی کند. گاهی خبرنگاران برای به دست آوردن اطلاعات مهم خود را پژوهشگر، وکیل، پزشک و یا پولیس معرفی می کنند. در این حالت از عدم آگاهی و جهل عده یی استفاده کرده و در یک موقعیت دروغین فرد را وادار به گفتن اطلاعاتی می کنند که از پیامد آن آگاهی ندارد. حتا گزارش شده است که خبرنگارانی (در جهان غرب) با جعل هویت، از جذابیت های جنسی خود در راه به دست آوردن اطلاعات استفاده کرده اند.

تعداد زیاد خبرنگاران پنهان داشتن هویت را در بعضی حالات می پذیرند و این عملکرد را غیر اخلاقی نمی دانند؛ اما عده یی آن را کاملاً رد می کنند. در هر حال جعل هویت در صورتی مجاز شمرده می شود که تا حد متعارف باشد اما هرگاه خبرنگار بخواهد خود را داکتر یا پولیس جا بزند و به امنیت و جان افراد صدمه بزند، جایز نیست. در حقیقت تعیین مرز و شاخصه ها در این مورد دشوار است.

یک شبکه خبر رسانی در یکی از برنامه های خود، گزارشی را از یک فروشگاه بزرگ مواد غذایی به نشر رساند. آنها در این گزارش نشان دادند که مواد مضر برای صحت و سلامتی در میان مواد غذایی این فروشگاه وجود دارد. همه چیز حقیقت داشت؛ اما این شبکه در سال ۱۹۹۷ در یک محکمه در کارولینای شمالی به پرداخت ۵/۵ میلیون دالر جریمه شد. میدانید چرا؟

چون گزارشگران برای به دست آوردن اطلاعات و فاکت ها جعل کاری کرده، هویت خود را پنهان و خود را کارکنان عادی معرفی کرده بودند.[۵۵]
مادهٔ ۱۹۸ قانون جزا در به صورت تلویحی فریب، جعل، اخفای شخصیت، پیشه، کسب یا تابعیت، را در موارد خاص، جرم دانسته است.

عدم تبلیغ جنگ، خشونت، نفرت و تبعیض نژادی:

رسانه ها و خبرنگاران مجاز نیستند که مطالبی را که به صورت مستقیم و یا غیر مستقیم به جنگ، خشونت، نفرت و تبعیض نژادی دامن بزنند و یا مسبب و آغازگر آن باشد، به نشر برسانند. موضوع های تفرقه بر انگیز میان گروه های مختلف مردم به هر عنوانی که باشد، خلاف ورزی و جرم و غیر اخلاقی شمرده می شوند.

در اصول اخلاق حرفه یی رسانه های بیشتر کشور ها حفظ همبسته گی و وحدت بین گروه هایی که در یک منطقه زنده گی دارند، ضروری و حتمی شمرده می شود. در این مورد رسانه ها باید توجه خاص به باریکی مسأله داشته و در حفظ تمامیت ارضی و همبسته گی بین مردم کوشش کنند. چنانچه در کنفرانس عمومی سردبیران مطبوعات هند به عنوان مقررات اخلاقی برای مطبوعات (۱۹۸۶) اصولی تدوین گردید. در مادهٔ سوم این اصولنامه که در ۱۰ بند تدوین شده، چنین آمده است:

"- اظهار نظر ها باید خویشتندارانه و عاری از فحاشی علیه رهبران یا اقلیت ها باشد و تحریک به خشونتی را در برنگیرد،

- از وارد کردن اتهاماتی که موجب شک در وفاداری یک اقلیت شود، اجتناب شود،

- از اتهامات رایج و ادعا های غیر منصفانه نسبت به گروه ها و ایجاد بی اعتمادی نسبت به اقلیت ها پرهیز شود؛ اخبار مربوط به درگیری های فرقه یی تحریف نشود،
- اخبار حوادثی چون مرگ، قانون شکنی، ایجاد حریق عمدی و... باید با رعایت همهٔ جوانب و با کلمات کاملاً دقیق و روشن توضیح شده، تیتر زده و گزارش شود و از نمایش غم انگیز آنها خودداری شود،
- اخبار صلح بر سایر اخبار برتری داشته باشد،
- از اصطلاحاتی چون ((اقلیت)) و ((اکثریت)) استفاده نشود،
- اگر اطلاعات یا رقمی احساسات گروهی یا قومی را بر انگیزد، از انتشار آن صرف نظر شود."[۵۶]

در قانون اساسی افغانستان در بخشی از مادهٔ ۲۲ در مورد تبعیض آمده است: "هر نوع تبعیض و امتیاز بین اتباع افغانستان ممنوع است."

در قانون جزای افغانستان در مادهٔ ۲۳۹ چنین آمده است: "شخصی که به یکی از وسایل علنی مردم را به فتنه گری و آشوب گری، عصیان یا تمرد دعوت نماید به حبس که از دو سال بیشتر نباشد محکوم می گردد مشروط بر این که دعوت وی مؤثر واقع نگردد."

همچنان در همین قانون در مادهٔ ۲۴۵ آمده است: "شخصی که توسط یکی از وسایل علنی به ایجاد عداوت بین افراد قبیله یا بین قبایل تحریک نماید، به حبس قصیر که از سه ماه کمتر و یا جزای نقدی که از سه هزار افغانی کمتر و از دوازده هزار افغانی بیشتر نباشد محکوم می گردد."

در فصل هشتم قانون رسانه ها، زیر نام احکام جزایی و نشر مطالب ممنوع، در بند سوم مادهٔ ۳۳ در جمع موارد ممنوع، به این مسأله هم اشاره شده است:

"تبلیغ خشونت، جنگ و سایر مواردی که مخالف احکام قانون اساسی بوده یا قانون جزا آن را جرم دانسته باشد."

عدم افشای هویت و تصاویر قربانیان خشونت و جنایت:

افشای نام و نشر تصویر قربانیان حادثه های جنایی و خشونت آمیز از سوی رسانه ها به موقعیت اجتماعی افراد صدمه زده و ادامه زنده گی اجتماعی را دشوار می سازد. رسانه ها به هیچ وجه نباید از بی خبری و عدم آگاهی افراد از قوانین در این عرصه استفاده کرده و به منظور سرگرمی و به دست آوردن مخاطبین بیشتر به این عمل دست بزنند. در بند چارم مادهٔ ۳۳ قانون رسانه های همه گانی در زمرهٔ مواردی که نشر آن جواز ندارد، این مورد نیز شامل گردیده است:

"افشای هویت و تصاویر قربانیان خشونت و تجاوز، به نحوی که به حیثیت اجتماعی آنان صدمه وارد نماید."

عدم لطمه بر اصل بیگناهی افراد:

هیچ شخصی را نمیتوان مجرم شمرد مگر این که محکمهٔ با صلاحیت در مورد جرم او حکم کرده باشد. درست است که افرادی متهم به جرم می شوند اما تا جرم شان ثابت نگردد، نمیتوان آنان را مجرم شمرد. هرگاه رسانه ها، شخصی را مجرم اعلام بدارند و بعداً ثابت گردد که شخص مذکور بیگناه است، در این صورت بر اصل بیگناهی او لطمه وارد کرده اند. شخص مذکور می تواند ادعای اعادهٔ حیثیت بکند و در این صورت خبرنگار و رسانه مجرم شمرده شده و مطابق قانون با آنان برخورد صورت می گیرد.

در مادهٔ ۲۵ قانون اساسی آمده است:

"برائت ذمه حالت اصلی است. متهم تا وقتی که به حکم قطعی محکمهٔ با صلاحیت محکوم علیه قرار نگیرد، بی گناه شناخته می شود."

حالات مصرحه قانون افشا نماید و یا آن را به منفعت خود یا منفعت شخص دیگر استعمال کند، به حبس متوسط ایکه از دو سال بیشتر نباشد یا جزای نقدی که از بیست و چهار هزار افغانی تجاوز نکند محکوم میگردد."

اخلاق حرفه یی ژورنالیستی در رسانه های مربوط به کودکان و نوجوانان:

کودکان و نوجوانان در هر جامعه یی قشر آسیب پذیر و شکننده به حساب می روند. کودکان و نوجوانان در مرحله آموزش قرار دارند و زودتر از دیگران زیر تأثیر و فشار قرار می گیرند. بناً رسانه هایی که برای این قشر به نشرات می پردازند، باید خیلی محتاطانه عمل کرده و کارکرد های خود را طوری سازماندهی کنند که باعث تخریب و تخریش احساسات جوانان که تأثیر پذیر و حساس هستند، نشوند و با درنظر داشت روانشناختی این قشر به تحلیل و بررسی مسایل بپردازند. امروز در جهان به این مسأله مهم توجه عمیق مبذول می گردد.

در بیشتر کشور های جهان در رسانه های مربوط به نوجوانان و کودکان، نشر مطالب خشونت آمیز و غیر اخلاقی، مطالبی که به پرورش بی رویه احساسات جنسی می پردازد، مطالبی که تعصبات نژادی، قومی، ملی، دینی و مذهبی را دامن می زند، به هیچ صورت مجاز نیست. این گونه مطالب پیشداوری هایی را در ذهن کودکان به میان می آورد که تأثیر مخرب آن تا آخر عمر با آنها باقی می ماند.

در کشور های غربی رسانه های برقی برنامه های ویژه یی برای کودکان دارند. آنان اجازه ندارند تا برنامه های بزرگسالان را تعقیب کنند. در این مورد مراقبت جدی از سوی والدین و مربیان اعمال می گردد. حتا در کشور هایی که بازتاب سکس و خشونت بخشی از کارکرد های رسانه ها را تشکیل می دهد، برنامه های تلویزیونی را طوری سازماندهی می کنند که در اخیر

مادهٔ ۴ قانون جزا نیز برأت ذمه را حالت اصلی دانسته است و تصریح کرده که متهم تا وقتی که محکمه با صلاحیت به محکومیت او حکم نکرده باشد، بیگناه شناخته می شود.

نپذیرفتن هدیه و رشوت:

((همه چیز با یک سگرت شروع می شود)) این سخن را یک پولیس شیکاگو در مورد یک فقره رشوت خواری به زبان آورده بود. در حقیقت مقدار یا نوع رشوت به هر مقیاس و شیوه یی که باشد، غیر اخلاقی است. گاهی خوردن یک گیلاس چای یا قهوه با شخصی که از او اطلاعات به دست می آید، رشوت نیست؛ اما ممکن است که این یک گیلاس چای که از هزینهٔ شخص مقابل پرداخته می شود سر آغازی برای رشوت گیری باشد. خبرنگاران در بسیاری مواقع به ویژه از سوی اشخاص شهرت (دارای شهرت) هدیه دریافت می کنند. در این موارد باید متوجه باشند که هیچ گاهی یک شخص بدون دلیل هدیه یی برای کسی که او را نمی شناسد، نمی دهد و هزینه یی را قبول نمی کند.

استفاده غیر اخلاقی و غیر قانونی از اطلاعات:

ژورنالیست حق ندارد که از اطلاعاتی که در جریان کار حرفه یی به دست می آورد، استفاده غیر اخلاقی و غیر قانونی کند؛ این اطلاعات را به حیث یک وسیله فشار در جریان بیندازد؛ افراد را زیر فشار قرار دهد و یا از این اطلاعات به منظور تخفیف آنان استفاده کند و یا با این اطلاعات قصد به دست آوردن پول، امتیاز و موقعیت را داشته باشد.

در مادهٔ ۴۴۵ قانون جزا در این مورد چنین آمده است:

"هر شخصی که به حکم وظیفه، کسب، پیشه، صنعت، فن و یا به لحاظ طبیعت کار خود به یک سری از اسرار علم حاصل نماید و آن را در غیر از

شب هنگامی که اطفال و نوجوانان به خواب می روند، منتشر شود. V- chip تکنالوژی جدیدی است که برای والدین این امکان را فراهم می آورد که برنامه های خشن و پر از خشونت و برنامه های وقیح و پورنوگرافی را از شبکه های تلویزیونی شان حذف کنند. از سویی دیگر هرگاه جوانان زیر هژده سال به توزیع مطالب نادرست از طریق انترنت مبادرت ورزند، به صدها هزار دالر مجازات می گردند؛ اما این فرایند با چالش ها و دشواری های زیادی نیز رو به روست. در اینجا میتوان از بی تفاوتی عده یی از والدین در قبال کنش ها و عملکرد های فرزندان شان، دشواری در سیستم ارزیابی همه برنامه های تلویزیونی و آگاهی بیشتر کودکان و نوجوانان در استفاده از تکنالوژی نسبت به والدین شان نام برد.

فرانسه از جمله کشورهایی است که برای نخستین بار به این مسأله حیاتی توجه کرده است. این کشور قانونی دربارۀ رسانه های کودکان وضع کرده است که در ۱۶ جون ۱۹۴۹ به تصویب رسیده است. در این قانون تصریح شده است که رسانه های کودکان و نوجوانان نباید هیچ گونه تصویر، گزارش، نبشته و یا مطلبی را به چاپ برسانند که از تبهکاری، دزدی، جنایت، دروغ، تنبلی، نفرت، هرزه گی و فحاشی یا پیش داوری های قومی و تبعیضی جانبداری کند و باعث انحراف ذهن و اخلاق این قشر شود.[۵۷]

تبلیغات بی رویه برای کودکان نیز یکی از مسایلی است که جنبه های اخلاقی آن سنجیده می شود. کودکان قشر آسیب پذیری هستند که تبلیغات -بیشترینه تبلیغات تلویزیونی- در چگونه گی برخورد، طرز زنده گی، بهداشت و تغذیه آنان تأثیر مثبت و منفی می گذارد.

در ایالات متحدۀ امریکا هشت سازمان زیرین از کودکان در برابر تبلیغات گونه گون حمایت می کنند:

۱- گروه کنش در برابر تلویزیون کودکان Action for Children Television که کوشش دارد تا کیفیت برنامه های تلویزیونی برای اطفال را ارتقا ببخشد.

۲- شورای ((رسانه ها، تجارت و کودکانCMMC)) که در زمینۀ تبلیغ تولیدات شیرینی ها و دیگر محصولاتی که برای کودکان تهیه می گردد، مسایل اخلاقی را ترویج می کند.

۳- کمیسیون ارتباطات فدرال FCC که در حفظ منافع عمومی در نشر، نیروی قانون گذار است.

۴- کمیسیون تجارت فدرال FTC که در راستای از بین بردن تبلیغات غیر منصفانه و فریب آمیز، نیروی قانون گذار است.

۵- اتحادیۀ ملی پخش کننده گان NAB که با همیاری هیئت تلویزیونی خود برای تلویزیون ها خط مشی وضع می کند.

۶- شورای دفتر تجارت بهتر CBBB که بخش تبلیغات ملی این شورا در سال ۱۹۷۵ یک قانون مستقل را به نام (خط مشی های تبلیغات برای کودکان) صادر کرد.

۷- اتحادیۀ دندان پزشکان امریکا و اتحادیۀ پزشکی امریکا که از کودکان در برابر تبلیغاتی که در رابطه به صحت، مراقبت های بهداشتی و تغذیۀ مناسب از تلویریون ها نشر می شوند، فعالیت دارند. به علاوه گروه های کوچک دیگری نیز مانند سازمان های تغذیه، انجمن های والدین شاگردان، اتحادیه های معلم ها نیز در این راستا فعال اند. [۵۸]

در قانون رسانه های همه گانی افغانستان در این زمینه هیچ اشاره یی نشده است. اما از آنجایی که افغانستان یک کشور اسلامی و سنتی است، در این مورد بدون تصریح قانون خلاف کاری های رسانه ها در حداقل است. امروز

مردم بیشترینه از سریال های خانواده گی هندی که از سوی شبکه های تلویزیونی به نشر می رسد، شکایت دارند که تأثیر سوء روی اخلاق و رفتار کودکان و نوجوانان گذاشته است. اما گمان می رود که این مسأله بیشترینه ریشه در فرهنگ پذیری دارد چون مردم حرکات خلاف فرهنگ خود را کمتر می پذیرند که پرداختن به این مسأله به بحث جداگانه یی نیاز دارد.

اخلاق حرفه یی ژورنالیستی در کارتون و کاریکاتور:

در رسانه های چاپی، امروز کارتون ها جز اساسی صفحات استند. کارتون ها همان موجودات شگفتی انگیز پندار های هنرمندانۀ هنرمند در ارتباط به قضایا استند که داوری هایی را به دنبال خود می کشانند و رازهایی را پرده می درند و در مقابل دیده گان همه گان می گذارند. کارتون ها کشف ذهن هنرمند جستجوگر است که با کشف خود بر زشتی ها می خندد و برای مخاطبین خود نه تنها خنده، بل تفکر و جستجو را نیز هدیه می دهد.

اساساً دو رویکرد را در ژانر کارتون میتوان دید. یکی کارتون با همه گویایی و رسانش خود وسیلۀ مضحک برای خنداندن و بیان ابتذال ها بوده است و دو دیگر کارتون سلاح بران و زبان گویایی برای بیان زشتی ها و انگشت گذار بر کمبودیهای جامعۀ انسانی بوده است. کارتون از آغاز پیدایی خود با چالش هایی رو به رو بوده است. این ژانر به شدت هنری در کارگاه خود - بستر جامعه- صورت هایی را شکل می دهد که بازتاب آن به شکل دهن کجی و تمسخر بر زشتی های جاری در آیینۀ چشم بیننده شکل می گیرد و دغدغه ساز ذهن او می شود. کارتون ها نماد هایی سرشار از گفتنی ها استند که جهان بینی کارتونیست و چگونه گی رویکرد او را به واقعیت ها و پهنا و ژرفا ذهن او را بیان می دارند.

با اینکه کاریکاتور ها سال های سال است که نفس می کشند و باعث سرگرمی و تفریح گیرنده گان بوده اند؛ اما در مورد نظریات انتقادی هم وجود دارد، چون ممکن است کاریکاتور ها بر ویژه گی های جسمی، ناتوانی، معلولیت و مشخصات نژادی حمله کنند و باعث ناراحتی اشخاص مورد نظر گردد، بناً غیر اخلاقی تلقی گردند.

کارشناس ژورنالیزم، پل لستر با گروهی از همکاران کتابی را به نام ((تصاویری که زخم می زنند)) نبشته اند. آنان در این کتاب سعی داشتند تا ثابت کنند که عکس نامناسب از یک فرد یا حالت، ضربه روانی بر او وارد می کند. آنها در این کتاب خوار و حقیر شمردن افراد را بر مبنای نژاد، جنس، سن، فزیک و یا جاذبه های جنسی محکوم کرده و این طور تصاویر را کلیشه های منفیی می دانند که ناراحتی های روانی را به بار آورده و موجب تمسخر و استهزا دیگران می گردد.[59]

رسانه هایی که از این ژانر استفاده می کنند، همواره باید مواظب باشند و این اصل اخلاقی را در نظر داشته باشند که کارتون ها و کاریکاتور های منتشرۀ شان وسیله یی برای تحریک مسایلی چون تبعیض، نفرت، جنگ و ستیزه نگردند و بر موقعیت روانی و اجتماعی افراد صدمه نزنند.

فصل چهارم
قانون، حقوق و اخلاق

در همه ادوار زنده گی بشری قانون از نیاز های اساسی انسان شمرده شده است. بدون قانون نظم زنده گی اجتماعی به هم می خورد و ظلم و بی عدالتی جاگزین حق و عدالت می گردد. انسان موجود اجتماعی و مدنیست و برای زنده گی کردن در اجتماع ناگزیر است که از یک سری قواعد و مقرره ها پیروی کند تا نظم زنده گی اجتماعی را مختل نسازد.

ارزش اجتماعی بودن با این که تعاون و همکاری را میان انسان به میان می آورد اما گاهی سبب تعارض، اختلاف و منازعه نیز می گردد و حقوق و منافع افراد با حقوق و منافع افراد دیگر اصطکاک پیدا می کند. در چنین حالاتی قانون چگونه گی حقوق را بررسی می کند و تعارض ها و کشمکش هایی را که در هنگام اصطکاک حقوق افراد رخ می دهد، در چارچوب وضع شده بررسی می کند.

قانون توسط قوۀ مقننه وضع می شود و برای گروهی حقوقی را تعیین می کند، بدون آن که اراده طرفین مشمول آن باشد. مثل قوانین ارث، نفقه و....

واژۀ قانون را قانون دانان چنین تعریف می کنند: "اصل کلیی است که به عنوان تنظیم کنندۀ روابط اجتماعی از سوی هیئت حاکمه و افراد یک جامعه پذیرفته شده و ضمانت اجراییوی نیز برای آن وجود داشته باشد."[۶۰]

از نظر شکلی قانون چنین تعریف می گردد: "قانون عبارت از قاعده ایست که از جانب قوۀ مقننه وضع شده بعد از توشیح رییس دولت و نشر در جریده رسمی بالای سازمان ها و افراد تطبیق می گردد.

در این معنا قانون تمام مقرراتی است که توسط قوۀ مقننه وضع گردد. بدینترتیب مقررات و لوایح شامل این تعریف نمی گردد."[۶۱]

برای تدوین یک قانون به تنظیم طرح یا مسوده، تصویب این طرح یا لایحه در پارلمان و یا سایر مراجع قانونی- که مطابق قوانین هر کشور متفاوت

فصل چهارم

قانون، حقوق و اخلاق

همگونی ها و ناهمگونی ها

قانونی که با آرمانهای اخلاقی مردم همساز باشد به آسانی اجرا می شود. احترام به چنین قانونی بر پایۀ اجرای اراده دلخواه تکلیف است و شهروندان رعایت آن را از وظایف خود میشمارند و به که کسی که نافرمانی کند به دیدۀ تجاوزگر می نگرند.

ریپر

قانون:

اخلاق پدیده یی است که قانون بر پایۀ آن استوار است.
ناصر کاتوزیان، حقوقدان ایرانی

در واژه نامۀ دهخدا قانون به معنای اصل آمده است. بعضی از واژه شناسان به این عقیده اند که قانون در اصل واژه عربی نیست و معرب کانون است که در عربی به معنای بنیان و قاعده مستعمل شده است. در اصل، واژه کانون در یونان قدیم به معنای قاعده و دستور به کار می رفت و حقوق کلیسایی Droit Canonique به این نام شناخته می شد. همچنان این واژه را به معنای خط کش و چهار چوب نیز دانسته اند.

است-، امضای رییس جمهور (توشیح) و انتشار قانونی آن در جراید رسمی به منظور به اطلاع رساندن به عموم مردم نیاز است. قانون بعد از نشر در جریدهٔ رسمی نافذ می گردد.

دانشمندانی چون ارستو و سقراط قانون را بزرگترین پیروزی نوع بشر دانسته اند.

حدود حاکمیت قانون در زمان و مکان:

از نظر زمانی قانون به گذشته رجعت نمی تواند؛ بل اثر آن در حال و آینده است. رجعت قانون به گذشته غیر منطقی، غیر منصفانه و غیر عقلانی است. ممکن نیست که شخصی به دلیل عملی مجازات شود که در زمان انجام، آن عمل، مباح و مشروح بوده است. هرگاه قانون به گذشته رجعت کند، موجب تزلزل فعالیت های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نیز می شود؛ زیرا هر فردی از عاقبت عمل خود در هراس خواهد شد که این هراس موجب می گردد که شهروندان غیر فعال و بیمناک باشند.

در قسمتی از مادهٔ ۲۷ قانون اساسی افغانستان در این مورد چنین تصریح شده است:

"هیچ عملی جرم شمرده نمی شود مگر به حکم قانونی که قبل از ارتکاب آن نافذ گردیده باشد."

و در قسمتی دیگر از این ماده آمده است:

"هیچ شخصی را نمیتوان مجازات نمود مگر به حکم محکمه با صلاحیت و مطابق به احکام قانونی که قبل از ارتکاب فعل مورد اتهام نافذ گردیده باشد."

در مادهٔ ۳ قانون جزای افغانستان گفته شده است که کسی را نمیتوان مجازات کرد، مگر مطابق به احکام قانونی که قبل از ارتکاب فعل مورد اتهام نافذ شده باشد. این قانون در فصل دوم، قسمت دوم دو ماده را در این زمینه وضع کرده است که واضح می سازد که مرتکب جرم به موجب قانونی مجازات می گردد که در وقت ارتکاب جرم نافذ باشد. هرگاه قانون جدیدی قبل از صدور حکم به نفع متهم نافذ گردد، مطابق این قانون قضاوت صورت می گیرد. هرگاه بعد از صدور حکم هم قانونی نافذ گردد که متهم را قابل مجازات نداند، تنفیذ حکم متوقف و آثار جزایی آن از بین می رود.

از نظر مکانی زمینهٔ اجرای قانون در قلمرو محدود و تعیین شده می باشد و قانون موضوعه هر کشوری در همان کشور قابلیت اجرایی دارد. طور مثال هر گاه شهروند افغانستان مرتکب جرمی می گردد، جرم وی به اساس قوانین موضوعهٔ افغانستان بررسی شده و جزا برای آن تعیین می گردد؛ ولی هرگاه شهروند افغانستان در کشور دیگری مرتکب همان جرم می گردد، مجازات وی به اساس قوانین موضوعه همان کشور صورت می گیرد.

فصل دوم قانون جزای افغانستان در مورد تطبیق قانون از حیث مکان و اشخاص در قسمت اول هفت ماده را به خود اختصاص داده است. در بند اول مادهٔ ۱۴ این مسأله تصریح شده است که احکام این قانون بر اشخاصی قابل تطبیق است که در ساحهٔ دولت جمهوری افغانستان مرتکب جرم شوند. (در ماده های ۱۵، ۱۶، ۱۷ و ۱۸ تشریحات بیشتری در زمینه وجود دارد و بعضی تکلیف ها برای شهروندان افغانستان که در خارج از افغانستان مرتکب جرم می شوند، در نظر گرفته شده است.)

حقوق:

حقوق دانان هنوز در جستجوی حقوق برابر تصور خویشند.
کانت

حقوق جمع حق است و حق در زبان فارسی بـه معنـای سـزاوار، روا و ضـد باطل است. حقوق مجموعه یی از قواعد کلی و الزام آور است کـه وجـود آن نیازی برای ایجاد نظم اجتماعی است. این قواعد توسط دولت و قوای حـاکم قانونی اجرا می گردد.

کارشناسان برای حقوق این معنا ها را پذیرفته اند:

"حقوق جمع حق است به معنای توانـایی و اختیـار قـانونی افـراد. بنـابرین حقوق در این معنی عبارت است از: تواناییها و اختیارات قانونی افراد نـسبت به شخص یا شی معین یا به طور کلی نسبت به انجام امری در جامعه. مانند حق زوجیت، حق حیات، حق مالکیت، حق انتخاب شدن و انتخـاب کـردن برای عضویت در پارلمان و غیره. به این حقوق در زبان انگلیسی Rights و در فارسی حقوق فردی یا شخصی نیز گفته اند.

دو دیگر، حقوق مجموعه قواعد و نظامات و مقرراتی است که بـرای تنظـیم روابط افراد و استقرار نظم در جامعه وضع گردیده و دارای ضـمانت اجرایـی کافی و موثر باشد. این ضمانت اجرا یا در خود آن مقررات اسـت یـا توسـط دولت تامین می گردد. حقوق در این معنا به علم حقوق اطـلاق مـی شـود. مانند حقوق تجارت، حقوق جزا، حقوق مدنی، حقوق بین الملل و غیـره. بـه این اصطلاح در زبان انگلیسی Law گفته می شود."[۶۲]

هدف اساسی از حقوق به وجود آوردن نظـم اجتمـاعی و حفـظ آن اسـت و ((حسن نیت اصلاح فرد)) از جنبه های فرعی آن شمرده می شود؛ بـرعکس

اخلاق به ((تکالیف وجدانی)) اهمیت بیشتری می دهد و ((نفع عمومی)) را مهم می انگارد.[۶۳]

حقوق را میتوان به مفهوم دیگری نیز به کار برد. طور مثال وقتـی سـخن از حقوق کارمندان دولت است، منظور دستمزد پولی و مادی آنـان اسـت کـه توسط یک قرار داد بین دولت و اتباع وجود می داشته باشـد. همچنـان واژه حق گاهی به معنای عدالت هم اسـتفاده مـی گـردد. طـور مثـال وقتـی در عدالت بین دو تن گفته می شود که ((حق این است)) یعنی عـدالت چنـین اقتضا دارد.[۶۴]

همگونی ها و ناهمگونی ها میان حقوق و اخلاق:

هرگاه اخلاق، علم اخلاق و فلسفهٔ اخلاق از نظر گذرانیده شوند، واضـح مـی گردد که اخلاق قاعده هاییست که انسان برای رسیدن به نیکوکاری آنهـا را عملی می کند، بدون آن که نیازی به مداخله قانون و یا دولت باشد. هنجـار های اخلاقیی که زیر نام علم اخلاق مطالعه می گردند و یا شناخت چیستی عملکرد های اخلاقی و غیر اخلاقی که به فلسفهٔ اخلاق ارتباط مـی گیرنـد، تبیین کننده این واقعیت استند که اخلاق با این که از راه قانونی و حقـوقی نمی تواند اعمال گردد، اما جوهریی برای ایجاد قـانون اسـت. چنانچـه ابـن سینا فیلسوف مشهور مشرق زمین عقیده دارد که علم اخلاق تنهـا وظـایف انسان را نسبت به خودش مطالعه می کند؛ اما می تواند به عنوان عـاملی در تعیین هنجار ها (قانون) در جامعه نیز نقش داشته باشد.

از دیدگاه داکتر ناصر کاتوزیان حقوقدان ایرانـی اخـلاق پدیـده ییـست کـه قانون بر پایه آن استوار است. پس قانونگذار نمی تواند که از قواعـد اخلاقـی غفلت ورزد؛ زیرا قانون تصویری از سیما های اخلاق است و هر نظام حقوقی در کنار خود، نظام اخلاقی دارد که همگام با آن حرکت می کند. [۶۵]

آن چه را نمیتوان انکار کرد این است که اخلاق و قانون هر دو در پی ایجاد نظم و زنده گی بهتر و رهنمایی بشر به سوی خوبی ها و نیکی ها استند و در هر دو علم خصوصیات فردی و شخصی جایی ندارند بلک خیر و صلاح عموم جامعه مطمع نظر است. داد، ستم و عدالت از مفاهیم بنیادین هر دو علم به حساب می رود.

اخلاق و قانون به سان پدیده های همگون مورد مطالعه قرار می گیرند، چنانچه گروهی به این باورند که عمدتاً قوانین از زمینه های اخلاقی و عرف جاری در یک منطقه سرچشمه می گیرند و عده یی از هنجار های اخلاقی در متن قوانین به ثبت رسیده اند و هر دو عواملی استند که رفتار و کردار انسان را در یک چهارچوب ویژه تنظیم می کنند و نمودار این نکته استند که چه چیز خوب است و چه چیز بد؛ و انسان تا کدام حد می تواند آزاد باشد تا حقوق دیگران را پامال نکند.

همگونی های اخلاق و حقوق بیشتر از ناهمسانی های آنها استند. اکثر مقررات حقوقی، اخلاقی شمرده می شوند؛ چون منع تجاوز بر ناموس، منع دزدی دارایی های دیگران و ...

اما ناهمسانی هایی بیشماری هم در این دو مفهوم وجود دارند. شاخصه های قاعده های حقوقی کلیت، الزام آوری، داشتن ضمانت اجرا و اجتماعی بودن آن است. تفاوت ها را میتوان بیشترینه در ضمانت اجرا، پاداش و کیفر در متابعت و یا عدم متابعت از آنها قایل شد. از سوی دیگر ساحهٔ حقوق محدود است در حالی که اخلاق چون هنجار های زنده گی فردی و اجتماعی انسان را در بر می گیرد و ساحهٔ گسترده دارد.

مهمترین ناهمگونی در این راستا قوه اجرایی قانون است. قانون نافذ در هر کشور با کمک از نیروهای زیر نفوذ خود شخص متخلف را تحت پیگرد

قانونی قرار می دهد، در حالی که وجدان محکی برای خلاف رفتاری های اخلاقی است. شخصی که عمل خلاف اخلاق را انجام می دهد ممکن مقابل وجدان خود شرمنده گردد و در مواردی افکار عمومی و نگرش مردم نسبت به او منفی باشد. در اینجا بحث سنت های رایج در جامعه نیست چرا که سنت ها در بسا موارد خود خلاف اخلاق شکل گرفته اند.

هنجار های اخلاقی از الهام های الهی و وجدان فردی و یا وجدان عمومی سرچشمه می گیرند، در حالی که بسیاری از قواعد حقوقی از ارادهٔ آزاد انسانها سرچشمه می گیرند.

شماری از کارشناسان، اخلاق را در پیوند با حقوق مشاهده می کنند و مسایل اخلاقی را با استناد به حقوق حلاجی می کنند؛ اما غالباً این نظریه مورد پذیرش همه اندیشه ورزان نیست، چون ممکن نیست همه موارد اخلاقی را با ابعاد وسیع آن در کلیشهٔ قانون گنجانید. به گونهٔ مثال: آیا ممکن است فردی را از نظر حقوقی ملزم کرد که به عیادت همسایه بیمار خود برود و یا به همسایه های خود سلام بدهد، به همنوعان خود مهر بورزد و به کمک آنان بشتابد. یا در هیچ قانونی برای غیبت و بدگویی عامه مردم از همدیگرجرمی تعیین نگردیده است. این بحث را تفاوت ضمانت اجرایی برای هر دو پدیده مشخص می کند. هنجار های حقوقی به مدد قانون و با نیروی فشار و اجبار صورت می پذیرد درست بر عکس هنجار های اخلاقی که ضمانت اجرایی ندارند و صرف ندای وجدان، احترام به انسانیت، ترس از رستاخیز و کیفر ها و پاداش هایی که در ادیان خاطر نشان گردیده اند، پیامد های آن است که در آن اجباری از سوی قانون صورت گرفته نمی تواند.

در یک نتیجه گیری میتوان گفت کـه اخـلاق متفـاوت از مقـررات حقـوقی است. مقررات حقوقی با پشتیبانی نیروی قانون عملی می گردند، اما اخـلاق و هنجار های آن در ضمیر و وجدان هر شخص می توانـد بـه پیمانـه هـای مختلف وجود داشته باشد که قاضـی آن وجـدان انـسان و اخـلاق عمـومی جامعه است. اخلاق در پی رفع کاستی ها و ضعف های شخصیتی در وجـود انسان است. آزادی و اختیار در مراعات کردن اخلاق از ویژه گـی هـای ایـن علم است.

دغدغهٔ عمومی در تعدادی از کشورها به وجود آمـدن اصـول اجرایـی بـرای اصول حرفه یی و اخلاقی است. ضمانت اجرایی در قبال این اصول می تواند در نهادینه شدن آن سهم داشته باشد.

آیا اصول اخلاق حرفه یی به منزلهٔ قانون در بیاید تا ضمانت اجرایی بیابد؟

برای پاسخ به این پرسش دیدگاه های متفـاوتی وجـود دارنـد. یـک عـده از درآمدن این اصول به شکل قانون پشتیبانی می کننـد، امـا عـده یـی دیگـر بدین باورند که هرگاه اخلاق و اصول اخلاقی به قانون تبدیل شوند، خاصیت وجودی خود را می بازند؛ چون اجرا و احترام به اصـول اخلاقـی تبـدیل بـه ایفای یک وظیفه قانونی می گردد. در حـالی کـه اینهـا جایگـاه بلنـد تـری نسبت به قانون دارند، با اینکه قانون هر کشور بر اخلاق مرسـوم آن اسـتوار است، اما اخلاق هیچگاه نباید به متن قانون تبدیل گردد.

در اندیشه های فیلسوفانی چون ارستو، کانت، هانس کلسن میتوان به نکتـه های حاوی جدایی علم حقوق و اخلاق برخورد. در حقیقت ارستو نخـستین کسی بود که به جدایی اخلاق و حقوق اشاره کرده است. وی حکمـت را بـه شعبهٔ اخلاق، تدبیر منزل و سیاست مدن تقـسیم مـی کنـد. در اخـلاق راه رسیدن انسان به فضیلت و تدبیر منزل و سیاست مدن روابط افراد خانواده و

اجتماع و دولت که امروز حقوق نامیده می شود، مطرح است. اما به نظر وی این دو نهاد به هیچ صورت از همدیگر فارغ بوده نمی توانند.[۶۶]

کریستین تومازیوس Ch.Thoasius (فیلسوف قرن هژدهم) عقیده داشت که حقوق پیوند های بیرونی افراد را تنظیم می کند، روابـط اشـخاص را بـا دیگران بررسی می کند و فـراهم کننـدهٔ صـلح خـارجی اسـت؛ امـا اخـلاق فرمانروای زنده گی و رفتار درونی بشر است. بر وجدان افراد نظارت می کند و تأمین کننده آرامش درونی است. بناً تکالیف حقوق را بـر عکـس وظـایف اخلاقی میتوان با زور بر اشخاص تحمیل کرد.[۶۷]

نظـر بیـشتر دانـشمندان، بـر ایـن اسـت کـه حقـوق را نمیتـوان از اخـلاق جـدا دانـست. و قـانون و مقـررات هـر کـشوری ریـشه در اخـلاق آن اجتمـاع دارد. ژرژ ریپـر از زمـره چنـین اندیـشه ورزانـی اسـت کـه نقـش اخلاق را در حقوق همچون خـون در بـدن مـی دانـست. بنـا بـر عقیـده او در حقیقـت بـا پیـشرفت جوامـع، اخـلاق بـه حقـوق نزدیـک شـده اسـت. یعنـی آن کـنش بـد را کـه روزگـاری اخـلاق مـذموم مـی دانـست، امـروز حقوق به آن جزای قانونی وضع کرده است.

در بیشتر مواد قانونی (به ویژه حقوق خانواده و حقوق جزا) نقش پای اخلاق را میتوان مشاهده کرد. پروفیسور گارو استاد حقوق جزا می گوید که عامـل اخلاقی و آزادی بشر موجب پیـدایی قـوانین کیفـری و مـسؤولیت گردیـده است. او عامل اخلاقی را رهنمای بشر می داند و آزادی بشر را در برخورد با عامل اخلاقی به منظور تنظیم اعمال و رفتـار فـردی عامـل اصـلی پیـدایی قانون محسوب می کند.[۶۸]

هوگو گروسیوس حقوقدان هالندی، که عده یی او را پدر حقوق بـین الملـل می دانند، دانشمند مومن مسیحی بود که در همه مطالعات حقوقی خـود از

ارزش های اخلاقی که در عیسویت وجود دارد، الهام گرفته است، حقوق کشور های اروپایی را بر محور سه اصل بنا می نهد:

نباید مال دیگران را ستاند؛ باید به وعده های خویش عمل کرد؛ و باید زیانهای ناروای که بر دیگران وارد می شود، جبران گردد.[۶۹]

هر عمل غیر اخلاقی را نمیتوان غیر قانونی دانست. جرم و کار خلاف باید مطابق قانون تعریف شده باشد. با اینکه قانون هر کشوری ریشه در اخلاق مسلط جامعه دارد، اما ماده های قانون در بسا موارد جزا های قانونی را برای کارکرد های خلاف اخلاق در نظر نگرفته است.

به گونهٔ نمونه دروغگویی را در نظر بگیرید؛ دروغگویی خلاف اخلاق است اما جزای قانونی را در برندارد؛ در مواردی که دروغ به صورت اتهام و افترا دربیاید و بر حیثیت و جسم فرد مقابل، نهادی یا فرایندی تأثیر منفی بگذارد با جزای قانونی رو به رو خواهد شد. به دلیل متفاوت بودن قوانین و اخلاق در جوامع در این مورد هم نمیتوان قاطعانه داوری کرد. در افغانستان غالباً حتا اگر دروغ موجب رسانش ضرر جدی به منافع کسانی هم گردد، به طور جدی پیگیری نمی گردد.

به عنوان آخرین گفته باید در نظر داشت که اعمال خلاف اخلاق مطابق ویژه گی های اجتماعی یک ملت قابل تعریف است.

اخلاق رسانه یی و قانون:

رسانه ها در هر حال به اعتماد مخاطبین ضرورت دارند. برای کسب این اعتماد، وفاداری به اخلاق حرفه یی ژورنالیزم حتمی شمرده می شود. در همه علوم و حرفه ها موضوع اعتماد و کسب اعتبار برای ساختن یک جامعهٔ آرمانی و معرفی انسان در جایگاه انسان برتر و عاری از گناه مطرح است. وابسته گی انسان به اخلاق در بیشتر فلسفه ها ریشه دارد. اصالت وجود

انسان در اعتماد متقابل و ارزشگزاری به جسم و روان همدیگر مفهوم می پذیرد.

در بیشتر جوامع ژورنالیزم با مسؤولیت اجتماعی و تعهد هموار است. مسؤولیت اجتماعی Social Responsibility از فلسفه قرارداد اجتماعی Social Contract سرچشمه گرفته است و در آن علاوه به تعهد از بررسی نیز نام برده می شود. این بررسی در صور گونه گون چون اصول اخلاقی، وجدان فردی، قوانین عمومی، قوانین رسانه ها و چنین موارد بازتاب می یابند. بررسی در بسا موارد شکل تنبیهی را به خود می گیرد؛ اما عده یی برآنند که این بررسی (تنبیه) معمولاً از سوی دولت و گروه های کوچک قدرتمند صورت می گیرد و در نتیجه رسانه ها، آزادی خود را از دست می دهند. جان مریل تحلیل گر مسایل خبرنگاری و فلسفه و استاد دانشگاه لوییزیانا در مورد با دیدگاه منفی می گوید که نظریهٔ مسؤولیت اجتماعی مانند واژه های مادر و عشق بار عاطفی دارند و با طنین زیبای خود افراد را شیفته خود می گردانند؛ ولی اساس این نظریه این است که گروه هایی از جمله دولت حق دارند که آن چیزی را که مسؤولیت اجتماعی نامیده می شود، تعریف کنند و یا در مورد آن تصمیم بگیرند. هرگاه این گروه های قدرتمند به این نتیجه برسند که مطبوعات مسؤولانه عمل نکرده است، آنگاه هیچ قانونی از جمله قانون اساسی نمی تواند که از دخالت حکومت در محدود ساختن آزادی مطبوعات جلوگیری کند.[۷۰]

یکی از بحث های مهم دیگر این است که مبدل ساختن اخلاق حرفه یی به قانون، عزت نفس خبرنگاران را جریحه دار می سازد. هرگاه اخلاق رسانه یی از طریق قانون اعمال گردد، این تصور را در ذهن ژورنالیستان به میان می آورد که با تخلف از قوانین مربوط به

اخلاق رسانه یی گناه و خطایی را در حق دولت روا داشته اند؛ بناً آنان به جای وفاداری به حرفه خبرنگاری و احترام به وجدان، خود وابسته به یک سلسله قوانینی می شوند که اجرای آن را به خاطر ترس از زندان و یا جریمه های دیگر می پذیرند، بدون آن که عمیقاً بدان وفادار باشند این مسأله باعث می شود که خبرنگاران به جای وفاداری به حرفه و نسبت به وجه مشترک که همه اهل این حرفه در وظایف، مسؤولیت ها و حقوق شان دارند، بی تفاوت شوند و در عین حال به عزت نفس شان صدمه زده شود.

عزت نفس موجب می شود که یک خبرنگار بالای خود اعتماد کند که می تواند از نظر اجتماعی کار شایسته و در خور را انجام بدهد. ممکن او به خاطر این آزادی با دشواری هایی رو به رو شود؛ ولی عزت نفس او سالم باقی می ماند، چون می داند که کاری را که انجام می دهد در برابر آن مسؤول است.[71]

خبرنگارانی که اصل های اخلاقی را تنها به دلیل ترس و اطاعت از قانون می پذیرند، فاقد عزت نفس استند و ممکن است که اعتماد به نفس خود را نیز از دست بدهند. زیرا آنان قبل از همه چیز به قانونی بودن عمل اخلاقی می اندیشند؛ چون قانون راهکار های اخلاقی را برای شان تدوین کرده است و چیزی از ((قضاوت اخلاقی)) برای آنان نگذاشته است.

دشواریهای عمدهٔ زیر پاگذاشتن اصول حرفه یی عمدتاً در رسانه های انحصاری به مشاهده می رسند. بازرگانی شدن و منفعت جستن رسانه ها، اخلاق حرفه یی را صدمه می زند. در چنین حالتی مسؤولین رسانه ها به خاطر اعلانات و منافع گروه تولید کننده نمی توانند اخلاق حرفه یی را در نظر داشته باشند. ژورنالیزم سرگرم

کننده بر روی واقعیت ها پرده می کشد. همین جا است که پرسشی مطرح می گردد که رسانه های همه گانی در یک محیط رقابتی و بازرگانی چگونه ممکن است اخلاق حرفه یی ژورنالیستی را رعایت کنند؟

نتیجه گیری:

به صورت فشرده میتوان ناهمگونی قلمرو حقوق و اخلاق را در تفاوت در هدف، تفاوت در قلمرو، تفاوت در ضمانت اجرا و تفاوت در کیفر دانست و آنها را چنین بررسی کرد:

۱. قانون و حقوق دارای ضمانت اجرایی استند؛ در حالی که ارزشنمای اخلاق، وجدان انسان، چگونه گی نگرش وی نسبت به مسؤولیت ها و تعهدات فردی و اجتماعی و نگرش های مثبت و منفی در قبال وی در جامعه است و ضمانت اجرایی ندارد.
۲. در بسا موارد قواعد حقوقی، قواعد اخلاقی نیز محسوب می گردند. طور مثال تجاوز بر جان، مال و ناموس، به قتل رسانیدن افراد بیگناه و دزدی جرم است.
۳. قانون برخی از قواعد اخلاقی را در برنمی گیرد، گرچه در بعضی از صورتهای خاص آنها را در بر می گیرد. طور مثال قانون دروغگویی را منع نکرده است؛ اما در شرایط خاص شهادت دروغ و سوگند دروغ جرم است و جزای قانونی دارد و یا کمک به دیگران مشمول قانون نیست، اما در شرایط خاص قانون گذار آن را واجب می داند.

۴. بعضی از قواعد حقوقی مانند مقررات حمل و نقل یا آیین نامه ها در تصور اول به اخلاق ربطی نمی یابند، چون نه نیک و نه بد در نظر می آیند. اما این مقررات هر چند در ظاهر با اخلاق ارتباطی ندارند، در شمار قواعد اخلاقی استند چون برای خیر، سعادت و منفعت عمومی در نظر گرفته شده اند.

همچنــان برخــی از مقــررات قــانونی دیگــر چــون کتابــت در اثبــات تــصرفات قــانونی گرچــه در ظــاهر بــا اخــلاق ارتبــاطی ندارنــد، امــا چــون در اســتحکام نظــم و اســتقرار نظــام در جامعــه و اطمینــان و اســتحکام در روابــط معــاملاتی ضــروری انــد و در راه خیــر و ســعادت جامعه نقش دارند، اخلاقی شمرده می شوند. [۷۲]

فصل پنجم

حقوق مطبوعات

نظام پیشگیری:

کشور هایی که دارای ساختار سیاسی استبدادی و دیکتاتوری هستند، تأسیس و انتشار رسانه ها تابع نظام پیشگیری است. در این نظام برای ایجاد روزنامه ها و مجله ها نیاز به کسب اجازهٔ قبلی و کسب امتیاز است و غالباً گذاشتن یک تضمین مالی نیز ضروری شمرده می شود. در چنین نظامی قدرتمندان قادر می شوند تا جلو آزادی بیان و آزادی مطبوعات را بگیرند و برای فعالان سیاسی مخالف و اپوزیسیون مجال تأسیس رسانه ها را ندهند. بدین ترتیب از ترویج عقاید یک گروه کثیر جلوگیری به عمل می آید و رسانه ها در اختیار گروه حاکم قرار می گیرند.

نظام تنبیهی:

در کشور های دموکراتیک که به اصل آزادی بیان و دموکراسی ارزش می نهند، برای تأسیس نشریه ها نظام تنبیهی را به کار می بندند. افراد و نهاد ها با پیشکش اعلام نامه و یا تقاضای ثبت نام می توانند بدون هیچگونه محدودیتی به انتشار بپردازند و تنها تابع قوانین عمومی کشور استند. هرگاه مواد منتشر شده در مخالفت و تباین با قانون قرار گرفت و موجب جرم مطبوعاتی و یا تخلف گردید، محاکم مطبوعاتی و یا نهاد های مؤظف به بررسی آن می پردازند و مطابق به جرم و تخلف مواخذه می گردند.[۷۳]

شیوه های حقوقی تأسیس مطبوعات:

تاریخ رسانه ها حاکی از این است که تا کنون چهار شیوه حقوقی برای تأسیس مطبوعات تجربه شده است:

- شیوه اعلام نامه
- شیوه ثبت نام
- شیوه مختلط
- شیوه اجازهٔ قبلی[۷۴]

فصل پنجم
حقوق مطبوعات

کشورهای دارای شیوهٔ اقتدارگرا نظام پیشگیری را و کشورهای دارای شیوهٔ آزادی گرا، نظام تنبیهی را برای رسانه ها برمی گزینند.
کاظم معتمد نژاد
دانشمند ایرانی

نظام های حقوقی:

به منظور حمایت از رسانه ها و تضمین حقوق خبرنگاران، هر کشور یک سلسله مقررات و نظام های حقوقی را وضع می کند. وضع این نظام ها در عین حال به منظور بررسی کارکرد های رسانه ها هم است؛ زیرا اگر رسانه ها آزادیهایی دارند و خواهان یک سری امتیازات مشروع استند، در عین حال مسؤولیت هایی را نیز به دوش دارند. بررسی تخطی های رسانه یی و رسیده گی به شکایات کسانی که به نحوی از رسانه ها متضرر شده اند، نیاز به وجود آمدن چنین نظام ها و قوانینی را به میان آورده است. سوء استفاده از آزادی بیان و ارتکاب جرایم مطبوعاتی نیز عوامل دیگری استند که موجودیت این نظام ها را ضروری می سازند.

در کشور های مختلف با در نظرداشت به نحوهٔ حکومت و ساختار سیاسی آنان در ارتباط به تأسیس رسانه ها و مقررات، دو روش وجود دارد:

شیوهٔ ثبت نام:

برای بار نخست در سال ۱۸۸۱ ثبت روزنامه ها در دفتر های ویژهٔ مطبوعات در انگلستان به کار گرفته شد و بعد از مدتی در کشور های کانادا، هند، پاکستان، بنگلادش، قزاقستان، ویتنام جنوبی، زیلاند جدید- در این حلقه بیشتر کشورهایی که در سابق مستعمره انگلستان بودند، شامل استند- ترویج یافت.

در این کشورها هنگامی که شخصیت های حقیقی و حکمی می خواهند نشریه یی را پایه گذاری کنند، باید آن را در وزارت اطلاعات یا شورای عالی مطبوعات یا مراجع ذیربط مطابق قوانین همان کشور ثبت نمایند.

بعد از اینکه نشریه به ثبت رسید، فرد یا نهاد مؤظف به زودترین فرصت ((گواهی ثبت)) را صادر می کند. نشریه های به ثبت رسیده باید حد اکثر تا ۶ ماه به انتشار بپردازند. نشریه ها با نام های همانند و یا بسیار مشابه نمی توانند به ثبت برسند.

غالباً بعد از چاپ نخستین شماره ها، چند نسخه برای وزیر اطلاعات یا شورای عالی مطبوعات، یا شخص و نهاد ذیصلاح سپرده می شود. در مواردی که در کار نشریه سکته گی رخ می دهد باید جریان آن به مرجع مربوط گزارش داده شود. در صورت تخلف دولت می تواند که مطابق قانون، نشریه را در توقیف کند.

شیوهٔ مختلط:

کشور هایی هم از هر دو شیوه اعلام نامه و ثبت نام به صورت مختلط استفاده می کنند و هر دو را ضروری می دانند. هر فرد و هر نهادی که می خواهد نشریه یی را پایه گذاری کند باید اعلام نامه را تسلیم کرده و همچنان به ثبت نشریه خود بپردازد.

شیوهٔ اعلام نامه:

در این شیوه، صاحب امتیاز و مدیر مسؤول اعلام نامه یی را حاوی ویژه گی های نشریه، و مشخصات صاحب امتیاز، مدیر مسؤول و غالباً چاپخانه را به مرجع مربوط می دهند.

این شیوه برای بار نخست در سال ۱۸۸۱ در قانون مطبوعات فرانسه تذکر یافته بود و بعداً در بعضی کشور های دیگر نیز معمول شد. البته ناهمگونی هایی میان قانونگذاری ها در کشور های مختلف وجود دارند؛ اما اصولاً علاوه به مطالب یاد شده در سطر های بالایی، مقدار سرمایه، تعیین زبان نشر، شماره گان، زمان و دورهٔ انتشار نیز در اعلام نامه گنجانیده می شود. اعلام نامه ها در وزارت اطلاعات یا محاکم یا شورای عالی مطبوعات سپرده می شوند. در برخی موارد تسلیم اعلام نامه ها به محاکم محلی کفایت می کند. وظیفهٔ مراجع فوق تنها ثبت این اعلام نامه ها است؛ اما هرگاه ادعاهای درج شده در اعلام نامه واقعیت نداشته باشند، جزای نقدی و در مواردی حبس را هم به دنبال خواهد داشت.

اعلام نامه ها به صورت کتبی و غالباً روی کاغذ رسمی همان دولت با امضای مدیر مسؤول یا صاحب امتیاز یا هر دو تسلیم داده می شوند و در عوض رسید دریافت می شود.

انتشار بعد از تسلیم اعلام نامه و احیاناً در همان روز هم صورت گرفته می تواند. هرگاه تغییراتی در مندرجات اعلام نامه ها ضرور دانسته شود، غالباً باید تا ۱۵ روز به مرجع مربوطه اطلاع داده شود.

کشور های چون فرانسه، تونس، الجزایر، مراکش، ترکیه، موریتانی از شیوهٔ اعلام نامه استفاده می برند.

پس از آنکه اعلام نامه به امضای صاحب امتیاز و مدیر مسؤول با آدرس های مشخص آنان و صحه گذاشتن بر اینکه این افراد از نگاه قانونی واجد شرایط هستند، با مشخصات نشریه به وزارت اطلاعات، یا شورای عالی مطبوعات و یا نهاد ذیربط تسلیم داده شد، رییس محکمه یا فرد و نهاد مسؤول دستور ثبت نشریه را می دهد.

غالباً مدت زمان اعتبار اعلام نامه که طی آن نشریه به چاپ برسد، شش ماه است. در بیشتر قوانین اگر افراد و نهاد ها بدون ثبت نام به انتشار نشریهٔ موقوت بپردازند، مجازات می گردند. چنانچه در قانون مطبوعات ایتالیا در مادهٔ ۱۶ تذکر یافته است که هرگاه فرد و یا نهاد بدون ثبت نام به انتشار نشریه یی بپردازند، به حد اکثر دو سال زندان و پرداخت صد هزار لیره جریمه محکوم می گردد.

شیوهٔ اجازه قبلی:

قبلاً در مورد نظام پیشگیری یاد آوری شد، شیوهٔ اجازه قبلی هم به همان نظام بر می گردد. در کشورهای مانند مصر، سوریه، لبنان، اردن، عربستان سعودی، یمن، امارات متحدهٔ عربی، بحرین، کویت، قطر و لیبیا این شیوه، جنبهٔ قانونی دارد.

در این شیوه بعد از آنکه اعلام نامه مطابق شرایط قانونی همان کشور ارائه گردید، وزارت اطلاعات یا شورای عالی مطبوعات یا شورای وزیران یا نهاد ذیصلاح در مدتی که غالباً از ۴۰ روز تجاوز نمی کند در مورد انتشار و یا عدم انتشار آن تصمیم می گیرند. پس از صدور حکم و اجازه انتشار، نشریه باید در ظرف کمتر از ۳ ماه انتشار یابد.

در بعضی کشور ها امکان مخالفت با حکم عدم انتشار موجود است، اما در کشورهای مانند امارات متحده، قطر و عربستان سعودی اعتراض و مخالفت

پذیرفته نمی شود. همچنان در صورت تخلف از مندرجات قانونی امکان لغو اجازه نامه هم وجود دارد و برای آن مجازاتی چون زندان و جریمه نقدی در نظر گرفته می شود.

کشور های عربی در سالهای اخیر اعتراض و واکنش خود را در مقابل شیوه اجازه قبلی ابراز داشتند و در این راستا تلاش های پیگیری را انجام دادند تا به آزادی هایی دست یابند.[۷۵]

شرایط تأسیس رسانه ها در افغانستان:

افغانستان از جمله کشور هاییست که نظام حقوقی تنبیهی در آن حکمفرماست و تأسیس رسانه ها بر مبنای شیوه اعلام نامه و ثبت نام صورت می گیرد.

در قانون اساسی افغانستان در قسمتی از مادهٔ ۳۴ آمده است که هر افغان حق دارد مطابق به احکام قانون، به طبع و نشر مطالب، بدون ارائهٔ قبلی آن به مقامات دولتی، بپردازد.

تمام رسانه ها باید دارای یک اساسنامه حاوی اهداف، وظایف، صلاحیت ها، تشکیل، تمویل و منبع مالی باشند. منابع مالی باید به صورت شفاف و علنی تذکر داده شود. مطابق قانون رسانه های همه گانی افغانستان شهروندان کشور، احزاب سیاسی، سازمانهای اجتماعی، مؤسسات غیر دولتی داخلی می توانند به تأسیس رسانه ها، مطابع و رسانه های برقی اقدام کنند. پناهگزینان کشور های خارجی نیز زیر شرایطی می توانند رسانه های چاپی را تأسیس کنند.

در مورد ثبت رسانه ها، در وزارت اطلاعات و فرهنگ که یکی از شرایط تأسیس رسانه هاست، در مادهٔ بیست و یکم قانون رسانه های همه گانی افغانستان (۱۳۸۴) تسجیل شده است:

"صاحبان امتیاز رسانه های برقی، چاپی، آژانـس هـا، نهـاد هـای آموزشـی ژورنالیزم، مؤسسات نشراتی، مطابع، دارالترجمه ها و شرکت های تبلیغات و اعلانات واجد شرایط مندرج مواد (۲۳ و ۲۸) این قانون مکلف اند، رسانه هـا و نهاد های خود اعم از برقی و چاپی را مطابق احکام مندرج ایـن قـانون در وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم ثبت نمایند."

در افغانستان رسانه ها بدون ثبت قبلی هم می توانند به نشر برسند، اما باید تا دو هفته بعد از نشر ثبت شوند. در بند دوم، مـادۀ دوازدهـــم ایـن قـانون آمده است:

"رسانه های چاپی مندرج جز دوم مادۀ سوم این قـانون بـدون ثبـت قبلـی تأسیس و نشر شده میتوانند. در صورتیکه نشریه قبل از ثبت، نشر گردیـده باشد، صاحب امتیاز مکلف است در مدت دو هفته نشریۀ خود را طبق احکام این قانون ثبت نمایند."

در مادۀ بیست و دوم ایـن قـانون در مـورد مشخـصاتی کـه بایـد بـه وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم ارائه گردد، آمده است:

"۱) صاحبان امتیاز رسانه ها، مطابع، مؤسسات نشراتی، نهاد های آموزشـی ژورنالیزم، دارالترجمه ها و شرکت های تبلیغات و اعلانات مکلف اند بیاننامه حاوی معلومات ذیل را به خاطر ثبت، به وزارت اطلاعات، فرهنگ و تـوریزم تقدیم نمایند:

- شهرت مکمل
- نوع فعالیت
- اسم و محل فعالیت
- هدف و مرام فعالیت
- منبع تمویل و اندازۀ سرمایه

۲) برای رسانه های برقی، مطابع، آژانس ها، نهاد هـای آموزشـی ژورنـالیزم، مؤسسات نشراتی و شرکت های تبلیغات و اعلانات تثبیت کمیت و کیفیـت ماشین آلات و تجهیزات و برای رسانه های چاپی، تیراژ، زبان، نوع محتـوای نشراتی، موعد چاپ، قطع و صحافت قبل از ثبت، حتمی می باشد."

وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم می تواند از ثبت نـشریه خـودداری کنـد. متقاضی در صورت عدم قناعت می تواند بـه کمیـسیون بررسـی شـکایات و تخلفات از مندرجات قانون رسانه های همگـانی مراجعـه کنـد و در صـورت عدم قناعت می تواند در محکمه اقامه دعوا کند. این مورد در مادۀ بیـست و سوم قانون رسانه های همه گانی چنین آمده است:

"هرگاه صاحب امتیاز، تصمیم وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم را مبنی بر عدم ثبت یا صدور جواز، مغایر احکام قـانون بدانـد، میتوانـد بـه کمیـسیون بررسی شکایات و تخلفات از مندرجات قانون رسانه های همه گانی مراجعـه نماید، در صـورت عـدم قناعـت، حـــق دارد بـه پیـشگـاه محـــکمه اقـــامه دعوی کند."

صاحب امتیاز:

صاحب امتیاز شخص حقیقی و یا حکمیست که صاحب و مالک رسانه است و امتیاز مادی و معنوی رسانه متعلق به اوست.

مطابق قانون رسانه های همه گانی هرگـاه صـاحب امتیـاز شـخص حقیقـی باشد باید سند تابعیت کشور را به دست داشـته باشـد، هـژده سـاله گـی را تکمیل کرده باشد و از حقوق مدنی و سیاسی به اسـاس حکـم محکمـه بـا صلاحیت محروم نشده باشد.

اشخاص حکمی که به تأسیس رسانه ها می پردازند، باید در ادارات مربـوط دولتی ثبت شده باشند و از حقوق مدنی و سیاسی محروم نباشند و هویـت

مدیر مسؤول:

مدیر مسؤول فردیست که تمام امور فنی و مسؤولیت امور نشراتی رسانه را به عهده دارد. صاحب امتیاز و مدیرمسؤول یک فرد نیز بوده می توانند. در حقیقت مدیر مسؤول فردیست که مسؤولیت نشر مضامین و محتویات رسانهٔ مربوط را به عهده دارد.

مطابق قانون رسانه های همه گانی افغانستان، مدیر مسؤول باید سند تابعیت کشور را داشته و هژده ساله گی را تکمیل کرده باشد. داشتن سند تحصیلات مسلکی و یا تجربه سه سالهٔ مسلکی نیز یکی از شرایط پذیرش اشخاص به حیث مدیر مسؤول است. مدیر مسؤول باید از حقوق مدنی خود به حکم محکمهٔ با صلاحیت محروم نشده باشد. شرط دیگر، مطابق احکام قانون رسانه های همه گانی این است که مدیر مسؤول ماموریت رسمی دولتی نداشته باشد، مگر این که رسانه مربوط دولت باشد.

افغانی شان مسجل باشد. نماینده گی های سیاسی در خارج افغانستان و نماینده های مؤسسات بین المللی و بین الحکومتی می توانند در عرصه های کاری خود بعد از کسب مؤافقت وزارت اطلاعات و فرهنگ و توریزم به نشر و پخش بپردازند.

صاحب امتیاز وظیفه دارد که بیان نامه یی را به وزارت اطلاعات و فرهنگ و توریزم تقدیم کند که حاوی شهرت مکمل، نوع فعالیت، نام و محل فعالیت، هدف و مرام فعالیت و منبع تمویل و اندازهٔ سرمایهٔ رسانه باشد.

علاوه به تثبیت کمیت و کیفیت ماشین آلات و تجهیزات توسط رسانه های برقی، مطبعه ها، شبکه های خبری، نهاد های آموزشی ژورنالیزم، مؤسسات نشراتی، و شرکت های تبلیغات و اعلانات نیز ضروری است. رسانه های چاپی باید شماره گان، زبان، نوع محتوای نشراتی، موعد چاپ و قطع و صحافت خود را نیز در بیان نامه درج کنند.

هرگاه صاحب امتیاز مخالف احکام قانون رسانه های همه گانی عمل کند، مسؤول شناخته می شود.

در مطابقت به مادهٔ ۱۱۳ قانون جزای افغانستان، شخصی که به حبس دوام یا حبس طویل بیش از ده سال محکوم گردد، نمی تواند صاحب امتیاز، مدیر مسؤول، رییس هیئت تحریر مجلات و روزنامه ها باشد. (هنگام انفاذ این قانون حق تأسیس رادیو و شبکه های خبر رسانی تنها مربوط دولت بود و تلویزیون تا هنوز افتتاح نشده بود) به اساس فقرهٔ دوم همین ماده، هرگاه محکوم علیه، وقت صدور حکم از یکی از این حقوق و امتیازات فوق مستفید باشد، به مجرد صدور حکم از آن محروم می گردد.

فصل ششم

جرایم مطبوعاتی

فصل ششم
جرایم مطبوعاتی

اگر مجازات از نظر اجتماعی متضمن هیچ گونه فایده یی هم نباشد، باید مجرم را مجازات نمود تا عدالت رعایت گردد.
کانت

جرم:

"جرم عملیست که قانون آن را از طریق تعیین کیفر (جزا) منع کرده باشد."[۷۶] یعنی جرم باید در قانون تعریف شده و برای آن جزا تعیین شده باشد. تعریف جرم در قانون و تعیین مجازات برای آن سبب می شود که به حقوق و آزادی های فردی شهروندان به دلیل ستیزه جویی های شخصی اطرافیان و احتمالاً قاضی ها و مجریان قانون صدمه زده نشود.

در جرم نیت و ارادهٔ شخص نیز مطرح می گردد. هرگاه نیت و قصد در اجرای جرم وجود نداشته باشد، ولی به طرف، ضرر وارد گردد، به نام شبه جرم یاد می شود. در این صورت متضرر حق دارد که از مرتکب فعل طلب خسارت کند.

میتوان گفت که در تشکیل جرم سه عنصر قابل بحث است: عنصر مادی، عنصر معنوی و عنصر قانونی جرم.

عنصر مادی جرم عمل مجرم است که در خارج واقع می شود. در قانون جزای افغانستان در مادهٔ ۲۹ عنصر مادی جرم چنین تعریف شده است:

"عنصر مادی جرم عبارت از ارتکاب یا امتناع از عمل مخالف قانون است به نحویکه عمل منجر به نتیجه جرمی گردیده و رابطه سببیت بین عمل و نتیجه موجود شده باشد."

عنصر معنوی جرم قصد مجرم در امر خلاف و ارادهٔ وی در جرم عمدی و همچنان خطای وی در جرم خطایی است.

قانون جزای افغانستان عنصر معنوی جرم را زیر عنوان قصد جرمی و خطا در نظر می گیرد.

قصد در مادهٔ ۳۴ این قانون چنین تعریف شده است:

"قصد عبارت است از سوق اراده فاعل به ارتکاب فعلیکه جرم را به وجود می آورد به نحویکه منجر به وقوع نتیجه جرم مورد نظر و یا وقوع نتیجه جرم دیگری شود."

در مادهٔ ۳۶ در مورد خطا چنین آمده است:

"جرم وقتی غیر عمدی شمرده میشود که وقوع نتیجهٔ جرمی از فاعل آن به سبیل خطا صدور یافته باشد خواه خطا ناشی از اهمال، ساده لوحی، بی احتیاطی و عدم توجه باشد و یا ناشی از عدم رعایت قوانین، مقررات و اوامر."

عنصر قانونی جرم به این معنا است که قانون جرم را قبل از ارتکاب آن تعریف و برای آن جزا تعیین کرده باشد. یعنی هیچ عملی جرم شمرده نمی شود مگر این که توسط قانون تعریف شده باشد. در مادهٔ ۳۷ قانون جزای افغانستان عنصر قانونی جرم چنین تشریح شده است:

"عنصر قانونی جرم عبارت است از تصریح اعمال جرمی و جزا های آن در قانون."

جرم مطبوعاتی:

ژورنالیستان باید به یاد داشته باشند که بی خبری از قانون عذر دانسته نمی شود.

تنها افراد نیستند که مـرتکب جـرم مـی گـردند؛ رسـانه هـا هـم گـاهی خلاف ورزی کرده و مرتکب جرم می شوند. جرم مطبوعاتی پدیدۀ نـسبی و متغیری است که بنابر ویژه گی ها و قوانین هر کشور تعریف پذیر می شود. در مجموع خلاف ورزی ها و تخطئی هایی که از سوی رسانه ها صورت می گیرد و در اثر آن قوانین و ارزش های قبول شده یک جامعه مخـدوش مـی شود، به حیثیت اشخاص حقوقی و حقیقی صدمه می رسد و منافع کشور به خطر مواجه می شود، جرم مطبوعاتی نامیده می شود. پس جرم مطبوعـاتی عمل خلاف قانون کشوری است که به وسیله رسانه هـا و دسـت انـدرکاران آن، در آن کشور اتفاق می افتد. این جرایم باید در قوانین هر کـشوری درج باشند. در ارتکاب جرم مطبوعاتی، وسیله (مطبوعات) در تحقق رکن مـادی آن شرط است. جرم مطبوعاتی در قانون مطبوعات تذکر داده می شود و یـا هم در قوانین جزای عمومی کشور گنجانیده می شود.

ترمینولوژی حقوق چنین تعریفی از جرم مطبوعاتی ارائه داده است:

"جرم مطبوعاتی عبارت از توهین و افترا به وسیله روزنامه یا مجله یا نشریه از لحاظ ارتباط با مقام و یا شغل رسمی یا رویۀ اداری یا اجتماعی یا سیاسی به شخص یا اشخاص است."[۷۷]

همچنان در قانون مطبوعات سال ۱۳۳۴ ایران جرم مطبوعاتی چنین تعریف شده است: "جرم مطبوعاتی عبارت است از توهین و افترا به وسیله روزنامـه یا مجله یا نشریه از لحاظ ارتباط با مقام و یا شغل رسمی و یا رویه اداری یا اجتماعی یا سیاسی به شخص یا اشخاص."[۷۸]

ولی این دو تعریف را نمیتوان کامـل دانـست. چـون جـرم مطبوعـاتی تنهـا توهین و افترا را دربر نمی گیـرد، بـل ابعـاد وسـیعی دارد. چنانچـه جـرایم مطبوعاتی (ایران) مشمول این موارد نیز می شوند:

"۱- تحریک و تهیج عموم به اعمال و افعال و خودداریهای که مضر به حال جامعه و دولت است.

۲- هتاکی و فحاشی به مقامات مذهبی، ملی و سیاسی و افراد مردم

۳- انتشار و القای اخبار نادرست و ایجاد اخلال در امنیت فکری جامعه

۴- افشاگری و انتشار اسرار خصوصی افراد و مقامات و نیـز اسـرار نظـامی و سیاسی کشور"[۷۹]

عده یی از حقوقدانان انگلیسی عقیده دارند که جرم مطبوعاتی، جرم خاصی نیست؛ بل مطبوعات مرتکب جرایمی مـی شـوند کـه موضـوع آنهـا حقـوق عمومی است. بعضی کشور هـاماننـد فرانـسه و بلژیـک کـه دارای سیـستم حقوقی مدون هستند، جرایم مطبوعاتی را به دو دسته تقـسیم مـی کننـد. دستۀ اول جرایم مشمول قانون مجازات عمومی استند؛ مانند توهین، افتـرا، و نشر اکاذیب؛ برای این جرایم قانون مطبوعات هم جزا تعیین کـرده اسـت. دستۀ دوم جرایم مسلکی اند و از نظر حقوقی، سیاسی و رسـالت مطبوعـات ارزش دارند. اساس جرم در این دسته دیدگاه، اندیشه و روشی که در نشریه به کار گرفته می شود، است.

پس به جرم مطبوعاتی از دو دیدگاه میتوان نظر اندازی کرد: نخـست، جـرم مطبوعاتی مشمول جرایمی است کـه ارتکـاب آن تنهـا از سـوی مطبوعـات صورت می گیرد. وقفه در انتشار، عدم رعایت شـرایط شـکلی چـون غیابـت مدیر مسؤول و تخلفاتی از این دست از جمله جرایمی محسوب مـی گردنـد که ویژۀ مطبوعات اند. دو دیگر، جرم مطبوعاتی جرم مـستقلی نیـست، بـل

مشمول تمام جرایم عمومی مندرج در قانون های یک کشور است که مطبوعات وسیله ارتکاب آن است.

ویژه گی های جرم مطبوعاتی:

علنی ساختن و انتشار عمومی پایه اساسی و نخستین ویژه گی جرم مطبوعاتی است. یک موضوع تا در معرض دید عمومی قرار نگیرد و توسط یکی از رسانه های عمومی منتشر و یا اعلان نگردد، جرم مطبوعاتی محسوب نمی گردد.

دومین ویژه گی قصد و نیت خاص مجرمانه است. هرگاه هدف و قصد خاصی از ارتکاب جرم موجود نباشد، خلاف ورزی و تخلف شمرده می شود و خلاف ورزی را نمیتوان جرم مطبوعاتی تلقی کرد در این صورت میتوان نام اشتباه و سهو را بر آن گذاشت؛ چون رسانه ها هم خالی از اشتباهات و نقص ها نیستند. اما همواره نمیتوان به این اصل استناد جست چون در بیشتر موارد قصد خاصی از انجام یک عمل و ماهیت عمدی در بطن کارکرد موجود است.

تخلف:

"تخلف از نظر حقوق جزا ارتکاب عمل خلاف قانون است که در اینصورت مرادف جرم می باشد. از نظر حقوق اداری، تجاوز مامور دولت از مقررات اداری در حین انجام وظیفه می باشد. در همین معنا می گویند: تخلفات انضباطی."[۸۰]

تخلف انضباطی:

"نقض مقررات صنفی به وسیلهٔ یک نفر از افراد آن صنف، مانند صنف قضات، وکلاء مدافع، ژورنالیستان و غیره، تخلف انضباطی نامیده می شود.

مرادف اصطلاح جرم انضباطی، تقصیر انضباطی است. تخلف انضباطی مانند جرم جزایی صراحت و قاطعیت ندارد. به همین جهت بی لیاقتی، عدم رضایت شئون صنفی نیز جرم انضباطی تلقی می شود."[۸۱]

سیستم کیفر دهی جرم و تخلف:

جزای تخلف انضباطی تناسب و ارتباط با شغل مرتکب تخلف دارد. از قبیل توبیخ، تعلیق موقت یا دایم از وظیفه و غیره.

اما جرم جزایی غالباً ارتباطی با شغل و حرفهٔ مجرم ندارد و جزای آن مانند اعدام، حبس و پرداخت جریمه نقدی است.

در مسؤولیت ارتکاب جرم مطبوعاتی سلسلهٔ مراتب در نظر گرفته می شود. در این سلسله صاحب امتیاز، مدیر مسؤول، خبرنگار و دیگر عاملین بر پایهٔ مراتب مسؤول استند. همین مسأله است که کیفر دهی به مجرم مطبوعاتی را دشوار می سازد؛ چون در جرم مطبوعاتی افراد متعددی چون نویسنده، مدیر مسؤول، سردبیر، خبرنگار، ویراستار، ناشر و توزیع کننده شامل استند.

در ارتباط کیفر دهی و مجازات سه دیدگاه و نظریه وجود دارد:

۱. نظریهٔ مسؤولیت جمعی: مطابق این نظریه تمام افراد ذیدخل دارای مسؤولیت کیفری استند.

۲. نظریهٔ ترتیبی: بنابر این نظریه در کیفر دهی سلسلهٔ مراتب در نظر گرفته می شود. نویسنده، مسؤول اصلی پنداشته می شود؛ مدیر و ناشر در ردهٔ دوم و به همین ترتیب دیگر افراد در نظر گرفته می شوند. دعوا در ردهٔ اول مورد بحث قرار می گیرد و مرتکبین دیگر در صورتی مورد تعقیب قرار می گیرند که در طبقهٔ مقدم آنان کسی دستگیر نشود.

۳. مجازات بر اساس غفلت: مطابق این نظریه، مسؤولیت کیفری تنها به عهدهٔ یک شخص است. این نظریه برای دیگر کارمندان مصئونیت به بار می آورد.[۸۲]

جرم مطبوعاتی در قانون رسانه های همه گانی افغانستان:

در بسیاری از قوانین، جرم مطبوعاتی از تخلف مطبوعاتی تفکیک شده است؛ اما در قانون مطبوعات افغانستان به صورت مستقیم تفکیک بین جرایم و تخلفات مشهود نیست؛ تخلفات به صورت مشخص رده بندی نگردیده اند و تعریفی از جرم مطبوعاتی نشده است. از فحوای مواد مادهٔ سی و سوم فصل هشتم (احکام جزایی- نشر مطالب ممنوع) بر می آید که نشر این مطالب جرم مطبوعاتی محسوب می گردد:

"نشر مطالب ذیل در رسانه های همه گانی جواز ندارد:

۱- مطالبی که مغایر با احکام دین مقدس اسلام و توهین به سایر ادیان و مذاهب باشد.
۲- مطالبی که موجب هتک حرمت و افترا به اشخاص گردد.
۳- تبلیغ خشونت، جنگ و سایر مواردی که مخالف احکام قانون اساسی بوده یا قانون جزا آن را جرم دانسته باشد.
۴- افشای هویت و تصاویر قربانیان خشونت و تجاوز، به نحوی که به حیثیت اجتماعی آنان صدمه وارد نماید."

جریمه های نقدی در قانون رسانه های همه گانی افغانستان:

در مادهٔ سی و پنجم زیر نام (جریمه ها)، جریمه های نقدی درج گردیده است. این جریمه ها برای اشخاص حقیقی و حکمی که بدون رعایت احکام این قانون به تأسیس و ایجاد رسانه های همه گانی مطابق تعریف این قانون دست بزنند، در نظر گرفته شده است:

"۱- اشخاص حقیقی یا حکمی که بدون رعایت احکام این قانون به تأسیس و تدویر رسانه های همگانی، مطابع، مؤسسات نشراتی، نهاد های آموزشی ژورنالیزم، دارالترجمه ها و شرکت های تبلیغات و اعلانات در قلمرو افغانستان بپردازند، طور ذیل جریمه نقدی پرداخته و در خلال دو هفته مکلف به ثبت آنها می باشد.

۱- هرگاه مؤسس و تدویر کننده شخص حقیقی باشد، به ترتیب ذیل جریمه می گردد:

- تلویزیون، مبلغ پنجاه هزار افغانی (۵۰۰۰۰) افغانی
- رادیو، مبلغ سی هزار افغانی (۳۰۰۰۰) افغانی
- آژانس، مبلغ سی هزار افغانی (۳۰۰۰۰) افغانی
- شبکه کیبلی، مبلغ یکصد هزار افغانی (۱۰۰۰۰۰) افغانی
- نشرات چاپی، مبلغ ده هزار افغانی (۱۰۰۰۰) افغانی
- مطبعه، مبلغ پنجاه هزار افغانی (۵۰۰۰۰) افغانی
- مؤسسه نشراتی، مبلغ پنجاه هزار افغانی (۵۰۰۰۰) افغانی
- دارالترجمه، مبلغ بیست هزار افغانی (۲۰۰۰۰) افغانی
- شرکتهای تبلیغات و اعلانات، مبلغ (۱۰۰۰۰۰) افغانی
- نهاد آموزشی ژورنالیزم مبلغ (۵۰۰۰۰) افغانی
- کتاب و رساله مبلغ ده هزار افغانی (۱۰۰۰۰) افغانی

۲- هرگاه مؤسس و تدویر کننده شخص حکمی باشد، به ترتیب ذیل جریمه می گردد:

- تلویزیون، مبلغ شصت هزار افغانی (۶۰۰۰۰) افغانی
- رادیو، مبلغ چهل هزار افغانی (۴۰۰۰۰) افغانی
- آژانس، مبلغ چهل هزار افغانی (۴۰۰۰۰) افغانی

- شبکه کیبلی، مبلغ یکصد و بیست هزار افغانی (۱۲۰۰۰۰) افغانی
- نشرات چاپی، مبلغ دوازده هزار افغانی (۱۲۰۰۰) افغانی
- مطبعه، مبلغ شصت هزار افغانی (۶۰۰۰۰) افغانی
- مؤسسه نشراتی، مبلغ شصت هزار افغانی (۶۰۰۰۰) افغانی
- دارالترجمه، مبلغ سی هزار افغانی (۳۰۰۰۰) افغانی
- شرکتهای تبلیغات و اعلانات، مبلغ یکصد و بیست (۱۲۰۰۰۰) افغانی
- نهاد آموزشی ژورنالیزم، مبلغ شصت هزار (۶۰۰۰۰) افغانی
- کتاب و رساله، مبلغ دوازده هزار افغانی (۱۲۰۰۰) افغانی"

در فقرۀ دوم این ماده آمده است که هرگاه اشخاص حقیقی و حکمی مندرج فقرۀ یکم این ماده بعد از سپری شدن دو هفته به ثبت رسانه اقدام نکنند، نهاد رسانه یی شان مسدود می گردد.

قانون جزای افغانستان و جرایم مطبوعاتی:

علاوه به قانون رسانه های همه گانی، بزرگترین منبع تثبیت مسؤولیت های جزایی، قانون جزای ماه میزان سال ۱۳۵۵ افغانستان است که حاوی ۵۲۳ ماده است. این قانون به بخش های مختلف جرایم مطبوعاتی پرداخته است. این جرایم را ممکن ژورنالیستان و یا اشخاص عادی مرتکب شوند. در هر دو حالت یک نوع جزا برای شان در نظر گرفته شده است.[83]

در قانون جزای افغانستان، مواردی که به عنوان جرم از سوی رسانه ها ارتکاب می گردد، چنین مشخص شده اند:

- انتشار اخبار و اطلاعاتی که مغایر منافع عمومی باشد،
- انتشار اخبار و اطلاعاتی که امنیت کشور را برهم زند و اسرار نظامی و دیپلوماسی و رسمی دولت را فاش کند،

- انتشار اخبار و اطلاعاتی که منافی اصول دین اسلام باشد و به ارزش های اسلامی و یا شخصیت های مذهبی توهین کند،
- انتشار اخبار و اطلاعاتی که مردم را به ارتداد دعوت کند،
- انتشار جریان مذاکرات غیر رسمی در پارلمان، قضا و دیگر مراجع تقنینی،
- انتشار اخبار و اطلاعات مغرضانه، نادرست و کاذب،
- انتشار اخبار و اطلاعات درست ولی مضر،
- انتشار اخبار و اطلاعاتی که وحدت و همبسته گی ملی را برهم بزند و باعث تبعیض نژادی، قومی ، مذهبی یا زبانی گردد و مردم را به تبعیض و تفرقه دعوت کند،
- انتشار اخبار و اطلاعاتی که خشونت را در هر عرصه دامن بزند،
- انتشار اخبار و اطلاعاتی که تبلیغی برای تأیید جرم و جنایت و عدم اطاعت قانون باشد،
- انتشار اخبار و اطلاعاتی که مردم را به فحشا تشویق کند،
- توهین به بیرق ملی و سرود ملی کشور و ملت افغان توسط وسایل علنی،
- توهین، افترا و هتک حرمت به رییس جمهور، لویه جرگه، پارلمان، حکومت، اردو، محاکم و مقامات دولتی توسط وسایل علنی،
- توهین، افترا و هتک حرمت به اشخاص مؤظف خدمات عامه در حین اجرای وظیفه توسط وسایل علنی،
- توهین، افترا و هتک حرمت به شهروندان کشور توسط وسایل علنی.

ماده های قانون جزا در ارتباط به رسانه ها و جرایم مطبوعاتی:

هنگام بررسی موضوعات مختلف در صفحه های گذشته عده یی از جرایم مربوط به رسانه ها و ژورنالیستان بررسی گردید. در این بخش به صورت عمومی به مسایلی که گمان می رود، در بخش های پیشین بررسی نشده اند، میپردازیم.

تعریف وسایل علنی در قانون جزا:

مادۀ ۱۳ قانون جزای افغانستان وسایل علنی را چنین توصیف کرده است:

"به مقصد این قانون وسایل آتی علنی شمرده می شود:

۱- گفتار وقتی علنی شمرده می شود که در محفل عام، راه عام یا سایر مواضع طوری به جهر گفته شود یا توسط وسایل دیگر نشر شود که اگر کسی در آنجا موجود می بود آن را شنیده می توانست.

۲- فعل وقتی علنی شمرده می شود که در محفل عام، راه عام یا سایر مواضع طوری واقع گردد که اگر کسی در آنجا می بود آن را دیده میتوانست.

۳- رسم، تصویر، فلم، نوشته، رمز و سایر وسایل تمثیلی وقتی علنی شمرده می شود که به بیش از یک نفر توزیع گردد یا طوری به نمایش گذاشته شود که اگر کسی در آنجا موجود می بود آن را دیده میتوانست.

۴- رسم، تصویر، فلم، نوشته، رمز و سایر وسایل تمثیلی وقتی علنی شمرده می شود که به بیش از یک نفر توزیع گردد یا طوری به نمایش گذاشته شود که اگر کسی موجود می بود آن را دیده می توانست، یا فروخته شود یا بفروش عرضه گردد."

افشای اسرار نظامی و جرایم ضد امنیت ملی:

مادۀ ۱۸۴ قانون جزا در مورد نشر اطلاعات مربوط به اسرار دفاعی به ویژه در حالت جنگ چنین حکم می کند:

"شخصی که در زمان جنگ عمداً اخبار، اعلامیه ها، اظهارات دروغ یا مغرضانه را نشر نماید یا عمداً به پروپاگند تحریک آمیز یا تبلیغ شفوی یا تحریری بهر وسیله که باشد دست زند به نحویکه به قدرت دفاعی کشور یا عملیات نظامی قوای مسلح ضرر رساند و یا اینکه بین مردم هرج و مرج تولید نماید یا معنویات مردم را ضعیف سازد، به حبس طویل که از ده سال کمتر نباشد محکوم می گردد."

مادۀ ۱۹۱ قانون جزای افغانستان این محدودیت ها را در مورد ارائۀ معلومات و اخبار وضع کرده است:

"هرگاه شخصی به دولت خارجی یا اشخاصی که به نفع آن دولت کار می کنند اخبار، معلومات، اشیاء، مکاتیب، اسناد، نقشه ها، رسم ها و سایر اشیای مربوط به دوایر حکومتی، تصدی های دولت یا مؤسسات عام المنفعه که به مصالح سیاسی یا دفاعی کشور مربوط نباشد و نشر و توزیع آن به اشخاص خارجی مطابق به احکام قانون یا مقررات ممنوع شناخته شده باشد تسلیم نماید، به حبس متوسط یا جزای نقدی که از دوازده هزار افغانی کمتر و از شصت هزار افغانی بیشتر نباشد محکوم می گردد."

مادۀ ۱۹۷ در مورد شهروندان افغانستان که در خارج از کشور مرتکب اعمال ضد حاکمیت خارجی کشور می گردند، حبس متوسط را در نظر گرفته است. فقرۀ اول این ماده به نشر مواد ممنوع در وسایل علنی توسط شهروندان افغانستان در خارج از افغانستان اشاره دارد:

"۱- شخصی که مطبوعات، مخطوطات، رسم ها، سلاید ها، کلیشه ها، مجسمه ها، تصویر های نقش شده اشاره های رمزی و سایر اشیا و تصاویریکه منافی کلتور و آداب عامه باشد، به قصد تجارت، توزیع، اجاره، عرضه یا الصاق سازد و یا در حیازت خود داشته باشد، حسب احوال به حبس که از دو سال بیشتر نباشد یا جزای نقدی که از بیست و چهار هزار افغانی تجاوز نکند، محکوم می گردد.

۲- شخصیکه عمداً خود و یا توسط شخص دیگر اشیای مندرج فقرهٔ فوق را به منظور فساد اخلاقی یا به منظور های متذکره فقرهٔ فوق صادر یا وارد و یا انتقال دهد و یا آن را جهت نمایش به انظار عامه مردم قرار دهد و یا به اجاره دهد و یا بفروشد و یا بفروش و اجاره گرچه طور غیر علنی باشد عرضه نماید و یا به شخص دیگر طور سری یا علنی گرچه به طور رایگان باشد بسپارد یا آن را توزیع یا به منظور توزیع به شخص دیگر تسلیم کند، حسب احوال به حبس که از دو سال بیشتر نباشد یا جزای نقدی که از بیست و چهار هزار افغانی تجاوز نکند محکوم می گردد.

۳- شخصی که توسط یکی از وسایل علنی به سرود ها یا خطابه های مخالف آداب عامه بپردازد و یا مردم را به فحشا و فساد اخلاقی دعوت نماید و یا اعلانات یا رساله ها را به این منظور نشر و پخش نماید به عین جزای پیشبینی شده فقرهٔ دوم این ماده محکوم می گردد

۴- در صورت تکرار جرایم مندرج فقرات فوق الذکر این ماده مرتکب به حداکثر جزای پیشبینی شده محکوم می گردد."

مادهٔ ۲۳۷ قانون جزا به تعقیب موضوع چنین می پردازد:

"هر افغان که عمداً در خارج بیانات، پروپاگند غلط و مغرضانه را در مورد اوضاع داخلی کشور نشر نماید که موجب تعضیف اعتبار مالی، حیثیت یا اعتبار دولت گردد."

مادهٔ ۱۹۸ برای همه شهروندان در مورد گرفتن عکس از جاهای ممنوعه، رسم ها یا نقشه های مراکز عسکری حبس قصیر و جزای نقدی که از پنجاه هزار افغانی بیشتر نباشد، یا یکی از این دو جزا، در نظر گرفته است، که ممکن ژورنالیستان بیش از دیگران به این معضله دچار گردند.

در مادهٔ ۲۴۰آمده است:

"۱- شخصیکه عمداً اخبار ، معلومات، بیانات کاذب، تبلیغات مغرضانه یا پروپاگند های تحریک آمیز را بهر وسیلهٔ از وسایل که باشد نشر و پخش نماید که غرض آن اخلال امنیت، ایجاد وحشت و دهشت بین مردم یا رساندن ضرر به مصلحت و منفعت عامه باشد حسب احوال به حبس که از دو سال بیشتر نباشد یا جزای نقدی که از بیست و چهار هزار افغانی تجاوز نکند، محکوم می گردد.

۲- شخصیکه خود یا توسط شخص دیگر مطبوعات، نشرات یا نوشته جات آمادهٔ توزیع و اطلاع دیگران را که به منظور ارتکاب جرایم مندرج فقرهٔ فوق باشد در حیازت خود گرچه طور موقت باشد در آورد علاوه بر مصادره وسایل مذکور حسب احوال به حبس که از دو سال بیشتر نباشد یا جزای نقدی که از بیست و چهار هزار افغانی تجاوز نکند محکوم می گردد.

دعوت به فساد اخلاقی و نشر مطالب مغایر آداب عامه:

مادهٔ ۲۳۶ قانون جزا برای شخصی که انتشارات ضد آداب عامه و منافی فرهنگ را راه می اندازد، چنین حکم کرده است:

"۱- هرگاه جرایم مندرج مادهٔ ۲۳۶ این قانون از طریق جراید یا روزنامه ها ارتکاب گردد، مدیر مسؤول و نویسنده به صفت فاعلین اصلی به مجرد نشر به جزای پیشبینی شده آن محکوم می گردد.
۲- در تمام حالات مندرج مادهٔ ۲۳۶ این قانون اگر فاعل اصلی جرم تشخیص شده نتواند طبع کننده، توزیع کننده و عرضه کننده به صفت فاعلین اصلی جرم مجازات می شوند.
۳- محکمه میتواند وارد کننده یا صادر کننده و یا دلال را به صفت فاعلین اصلی جرم نیز به جزا محکوم نماید، مشروط بر این که ارتکاب به جرایم مندرج مادهٔ ۲۳۶ این قانون که از طریق روزنامه ها یا جراید صورت گرفته باشد، سهم عمدی آنها به اثبات برسد."

توهین به اشخاص رسمی و ارزش های ملی:

توهین به رییس جمهور، مقامات دولتی، رؤسای دولت های خارجی، نماینده گان رسمی کشور های خارجی، پارلمان، قضا، حکومت، اردو و ارزش های ملی چون ملت، بیرق، نشان دولتی جرم شمرده می شود. در قانون جزای افغانستان در ماده های ۲۴۱، ۲۴۲، ۲۴۳، ۲۴۶ و ۲۴۸ به این مسأله انگشت گذاشته شده است و برای هر کدام این جرایم جزا های مختلف در نظر گرفته شده است.
مادهٔ ۲۴۱:
"شخصی که توسط یکی از وسایل علنی ملت افغان، بیرق، یا نشان دولت افغانستان را توهین نماید حسب احوال به حبس متوسط محکوم میگردد."
مادهٔ ۲۴۲:
"۱- شخصی که توسط یکی از وسایل علنی به رییس جمهور اهانت نماید به حبس متوسط محکوم می گردد.

۲- اگر جرم مندرج فقرهٔ فوق در محضر رییس جمهور ارتکاب گردد مرتکب به حبس طویل محکوم می گردد."
مادهٔ ۲۴۳:
"اشخاص آتی حسب احوال به حبس قصیر یا جزای نقدی که از دوازده هزار افغانی بیشتر نباشد محکوم می گردند:
۱- شخصیکه توسط یکی از وسایل علنی به روسای دول خارجی دشنام بدهد.
۲- شخصیکه توسط یکی از وسایل علنی به نمایندگان رسمی کشور های خارجی در افغانستان به ارتباط وظیفه شان دشنام بدهد."
مادهٔ ۲۴۶:
"شخصیکه توسط یکی از وسایل علنی مباحثات، جلسات سری پارلمان، حکومت، اردو ، محاکم یا سایر مقامات دولتی را توهین نماید به حبس قصیریکه از سه ماه کمتر و جزای نقدی که از سه هزار افغانی کمتر و از دوازده هزار افغانی بیشتر نباشد یا به یکی از این دو جزا محکوم می گردد."
مادهٔ ۲۴۸:
"شخصیکه توسط یکی از وسایل علنی موظف خدمات عامه را به ارتباط اجرای وظیفه توهین نماید به حبس قصیریکه از سه ماه کمتر و از شش ماه بیشتر نباشد و جزای نقدی که از سه هزار افغانی و شش هزار افغانی تجاوز نکند یا بیکی از این دو جزا محکوم می گردد."

ایجاد تفرقه و تشویق به زیر پا گذاشتن قانون:

ایجاد تفرقه و تشویق مردم به اجرای اعمال غیر قانونی و زیر پا گذاشتن قانون توسط وسایل علنی جرم شمرده می شود:

مادۀ ۲۳۹:

"شخصی که بیکی از وسایل علنی مردم را بـه فتنـه گـری و آشـوب گـری، عصیان یا تمرد دعوت نماید به حبس که از دو سال بیـشتر نباشـد محکـوم می گردد مشروط بر این که دعوت وی موثر واقع نگردد."

مادۀ ۲۴۴:

"شخصیکه توسط یکی از وسایل علنی شخص یا اشخاص را به عدم اطاعـت از قانون تحریک یا عملی را که قانون جرم شناخته باشد تمجید نمایـد، بـه حبس قصیریکه از سه ماه کمتر و جزای نقدی که از سه هزار افغانی کمتر و از دوازده هزار افغانی بیشتر نباشد یا بیکی از این دو جزا محکوم می گردد."

مادۀ ۲۴۵:

"شخصیکه توسط یکی از وسایل علنی به ایجاد عداوت بین افـراد قبیلـه یـا بین قبایل تحریک نماید، به حبس قصیر که از سـه مـاه کمتـر و یـا جـزای نقدی که از سه هزار افغـانی کمتـر و از دوازده هـزار افغـانی بیـشتر نباشـد محکوم می گردد."

مادۀ ۲۴۹:

"شخصیکه توسط یکی از وسایل علنی به مقام، حیثیت و یا سلطۀ قاضی در رسیدگی به دعاوی اخلال وارد نماید، حبس قصیریکه از سه ماه کمتـر و از شش ماه بیشتر نباشد یا جزای نقدی که از سه هزار افغانی کمتر و از شـش هزار افغانی تجاوز نکند محکوم می گردد."

نشر مطالب ممنوع:

نشر بعضی مطالب توسط وسایل علنی مجاز نیست و یا هم هرگاه سوء نیـت در نشر شان به کار برود، مشمول موارد جزایی میگردند. در ماده های ۲۴۷، ۲۵۰، ۲۵۱، ۲۵۲ و ۲۵۳ این موارد مشخص شده اند:

مادۀ ۲۴۷:

"شخـصیکه توسـط یکـی از وسـایل علنـی مباحثـات، جلـسات سـری پارلمان و یا مباحثـات علنـی آنـرا بـدون امانـت داری بـه سـوء نیـت نـشر نماید به حـبس قـصیریکه از سـه مـاه کمتـر یـا جـزای نقـدی کـه از سـه هـزار افغـانی کمتـر و از دوازده هـزار افغـانی بیـشتر نباشـد محکـوم مـی گردد."

مادۀ ۲۵۰:

"۱- شخـصیکه توسـط یکـی از وسـایل علنـی مطـالبی را نـشر نمایـد کـه قابلیت تاثیر را بـر قـضاتیکه قـضیه مـورد نظـر تحـت رسـیدگی آنهـا قـرار دارد یـا قابلیـت تـاثیر را بـر مـامورین ضـبط قـضایی جهـت ادای شـهادت خواسته می شوند و یـا قابلیـت تـاثیر را بـر افکـار عامـه بـه نفـع یـا ضـرر یکی از طرفین قـضیه هنگـام تحقیـق یـا رسـیدگی قـضایی داشـته باشـد، به حـبس قـصیریکه از سـه مـاه کمتـر نباشـد و جـزای نقـدی کـه از سـه هزار افغانی کمتـر و از دوازده هـزار افغـانی بیـشتر نباشـد یـا بیکـی ازیـن دو جزا محکوم می گردد.

۲- اگر نشر مندرج فقره فوق عمداً به منظور ایجاد تـاثیر باشـد مرتکـب بـه حبس متوسط ایکه از دو سال بیشتر نباشد و جزای نقدی که از دوازده هزار کمتر و از بیست و چهار هزار افغانی تجاوز نکند و یـا بیکـی از ایـن دو جـزا محکوم می گردد."

مادۀ ۲۵۱:

"اشخاص آتی به حبس قصیریکه از سه ماه کمتر و جزای نقدی کـه از سـه هزار افغانی کمتر و از دوازده هزار افغانی بیشتر نباشد و یا بیکـی از ایـن دو جزا محکوم می گردند:

۱- شخصیکه توسط یکی از وسایل علنی جریان دعوی مدنی یا جزایی را که محکمه آنرا سری تعیین کرده باشد نشر نماید.
۲- شخصیکه توسط یکی از وسایل تمام یا قسمتی از اجرأت قضایی را که نشر آن به منظور محافظت نظم و آداب عامه به اساس قرار قضایی محکمه منع گردیده باشد، نشر نماید.
۳- شخصیکه توسط یکی از وسایل علنی رویداد جلسات سری محاکم و یا رویداد جلسات علنی را با سوء نیت و بدون امانت داری نشر نماید."

مادۀ ۲۵۲:

"شخصیکه توسط یکی از وسایل علنی خبری را دربارۀ تحقیق جرم که مامورین موظف آن را در غیاب خصوم قرار داده باشند و یا نشر آن را به منظور محافظت نظم یا آداب عامه یا به منظورکشف حقیقت ممنوع قرار داده باشند نشر نماید، به حبس قصیریکه از سه ماه کمتر و از شش ماه بیشتر نباشد و جزای نقدی که از سه هزار افغانی کمتر و از شش هزار افغانی تجاوز نکند یا بیکی از این دو جزا محکوم می گردد."

مادۀ ۲۵۳:

"شخصیکه توسط یکی از وسایل علنی به قصد پرداخت جزای نقدی، مصارف و یا تضمینات محکوم بها، دفتر جمع آوری اعانه افتتاح یا اعلان نماید، به حبس قصیریکه از سه ماه کمتر نباشد و جزای نقدی که از سه هزار افغانی کمتر و از شش هزار افغانی بیشتر نباشد و یا بیکی از این دو جزا محکوم می گردد."

محاکم مطبوعاتی:

پرداختن به جرایم مطبوعاتی در محاکم از سال ۱۷۸۰ با موجودیت حضور هیئت منصفه در انگلستان معمول شد. بعداً کشور های دیگر نیز دادگاه هایی را که به جرایم مطبوعاتی رسیده گی میکردند، به وجود آوردند.
در تعدادی از کشور ها برای رسیده گی به یک خلاف اخلاقی در محکمه از کارشناسان ارتباطات دعوت میگردد تا پیرامون چگونه گی مفهوم قابل اعتراض نظر خود را بیان دارند، تا آنها ارزشنما های حرفه یی را در نظر گرفته و داوری کنند که مطلب منتشره تا چه اندازه با ارزشنما های حرفه یی سازگاری داشته است.
برای رسیده گی به جرایم مطبوعاتی در محاکم غالباً سه اصل عمده در نظر گرفته می شود:

- حضور هیئت منصفه
- علنی بودن محکمه
- حل قضیه در محاکم قضایی کشور[۸۴]

محاکم مطبوعاتی در افغانستان وجه قانونی ندارند و جرایم مطبوعاتی در محاکم عادی حل و فصل می گردند. موضوع قبل از این که به محکمه رجعت داده شود، در کمیسیون بررسی شکایات و رسیده گی به تخلفات رسانه یی بررسی می گردد. هرگاه این کمیسیون موضوع را حل نتوانست و طرفین قضیه قناعت نکردند، در آن صورت قضیه به محکمه راجع می گردد.
در تاریخ مطبوعات افغانستان نخستین محکمه در ارتباط به مطبوعات، علیه غلام محی الدین انیس بعد از نشر نبشتۀ (به حضور حضرت واهب العطیات و یا قمار بازان سرخ پوش) برگزار شد. روز ۲۳ حمل ۱۳۰۷ خورشیدی دفتر روزنامۀ انیس از سوی عساکر و کارمندان دولتی محاصره شد؛ کارمندان آن

اخراج و به درب دفتر قفل نهاده شد. در روز ۲۴ و یا ۲۵ حمل ۱۳۰۷ محکمهٔ علنی انیس آغاز شد. طرف دعوا مدد خان مامور پولیس بود که مدعی شده بود که انیس در این نبشته به پولیس و به ویژه شخص او توهین کرده است. در این محکمه شماری از شهریان کابل، علاقه مندان انیس، و مدد خان مامور پولیس اشتراک داشتند. پادشاه در آن زمان در کابل نبود بناً وکالت از شخص او را محمد ولی خان دروازی به عهده داشت.[۸۵]

قبل از این محکمه، نشریهٔ سراج الاخبار به مدیریت محمود طرزی بعد از نشر مقاله (حی علی الفلاح) محکوم به جریمهٔ نقدی شده بود. شمارهٔ دهم سال پنجم ۱۶ جدی ۱۲۹۶ سراج الاخبار که این نبشته در آن به چاپ رسیده بود، مصادره و متوقف شد و حکومت وقت، محمود طرزی را که شخص با اقتداری بود نتوانست به بند بکشد، بناً تنها به جریمه نقدی مبلغ ۲۴ هزار روپیه کابلی بسنده کرد.

از دیدگاه خبرنگاران در محاکمی که دعوا های مطبوعاتی حل و فصل می گردد، حضور هیئت منصفه که متشکل از ژورنالیستان باشد، تأمین کنندهٔ آزادی بیان است.

کمیسیون بررسی تخلفات و شکایات رسانه یی:

در قانون رسانه های همه گانی افغانستان برای تشخیص جرایم مطبوعاتی و سرپیچی از قانون رسانه های همه گانی نافذ در کشور در مادهٔ۳۲ این قانون کمیسیونی برای بررسی شکایات و تخلفات رسانه یی تعیین گردیده است. اعضای این کمیسیون به صورت مشترک در مورد تخلفات تصمیم می گیرند. هرگاه تخلف ورزی ثابت شد کمیسیون با درنظر داشت نوعیت تخلف می تواند متخلف

را به عذرخواهی مجبور بسازد؛ اخطاریه رسمی صادر کند و یا با توصیه کتبی متخلف را متوجه بسازد. در صورتی که قضیه ایجاب تعقیب عدلی و قانونی را می کرد، به مراجع عدلی ارجاع می گردد.

مادهٔ سی و دوم فصل هفتم قانون مطبوعات افغانستان زیر نام ایجاد کمیسیون ها به ((کمیسیون بررسی شکایات و رسیده گی به تخلفات رسانه یی)) پرداخته است.

به منظور بررسی تخلفات و شکایات رسانه یی کمیسیون بررسی به ترکیب ذیل فعالیت دارند:

وزیر اطلاعات و فرهنگ و جهانگردی به حیث رییس؛ رییس دانشکدهٔ ژورنالیزم؛ نمایندهٔ وزارت عدلیه؛ نمایندهٔ اکادمی علوم افغانستان؛ نمایندهٔ کمیسیون مستقل حقوق بشر افغانستان، نمایندهٔ اتحادیهٔ حقوقدانان افغانستان، نمایندهٔ صنفی ژورنالیستان، نمایندهٔ اتحادیهٔ سینماگران افغانستان و نمایندهٔ تشکل های صنفی زنان.

اعضای این کمیسیون از سوی نهاد ها و مراکز ذیربط معرفی می گردند. این اعضا شکایات و تخلفات را بررسی می کنند. در صورت اثبات تخلف نظر به نوعیت قضیه می توانند متخلف را مکلف به عذر خواهی کنند یا توصیه کتبی بفرستند و در صورت ضرورت اخطاریهٔ رسمی صادر نمایند و در مواردی که قضیه ایجاب می کند آن را به مراجع عدلی راجع کنند.

وظایف و صلاحیت های این کمیسیون در قانون تسجیل نگردیده است. کمیسیون در سه حالت مستقیم و غیر مستقیم به بررسی میپردازد:

- مراجعه و شکایت افراد به صورت انفرادی به کمیسیون
- مراجعهٔ اشخاص حکمی (نهاد ها، ادارات و مؤسسات دولتی و غیر دولتی)

- مراجعهٔ اشخاص حقیقی و حکمی به سارنوالی.

در مورد سوم سارنوالی قانوناً قضیه را دوباره به کمیسیون راجع می کند. هرگاه قضیه در کمیسیون حل نشد، دوسیه به لوی سارنوالی راجع می گردد. لوی ثارنوالی طرفین دعوا یا طرف دعوا – هرگاه طرفین حاضر نباشند- را احضار می کند و توضیحات می خواهد و بعداً نظر به نوعیت جرم یا خلاف طی جلسات متعدد موضوع را فیصله می کنند.

عده یی از کارشناسان در افغانستان بدین باورند که کمیسیون به جای محاکم مطبوعاتی می تواند در راه آزادی بیان و ایجاد صلح بین خبرنگاران و عامهٔ مردم مؤثرتر واقع شود؛ زیرا کمیسیون بدون اینکه افراد را با قانون مواجه سازد آنها را به نوعی مدارا و تساهل وامی دارد و بیشتر ادعاها را در همین مرحله می توان حل کرد بدون اینکه قضیه را به محاکم قضایی رجعت داد. اما مخالفان با هراس از صلاحیت های نامحدود و عدم تشخیص مرزهای دقیق قانونی برای جرایم مطبوعاتی و عدم تعریف مشخص آن در قانون مطبوعاتی آن را خطری برای آزادی بیان و دموکراسی می انگارند.

فصل هفتم

حقوق مالکیت فکری

حقوق مالکیت فکری به مجردی که اثر ثبت می گردد، نافذ می شود؛ اما شرط رعایت این قانون تنها به ثبت رسیدن نیست، بل باید به مجرد ایجاد، مورد حمایت قرار گیرد. (در بعضی کشور ها نیازی به ثبت نیست و کشور هایی هم ساز و کاری برای ثبت آثار ندارند).

وقتی که حق مالکیت فکری در یک اثر ثابت شد، صاحب آن از اثرش مانند تمام دارایی های خود استفاده کرده میتواند. او حق دارد که از اثر خود به مقاصد مختلف استفاده کند و علاوه به تغییر وارد کردن، نشر و یا اجرای آن می تواند استفاده اثرش را به دیگران واگذار کند. یعنی یک پدید آورنده می تواند این حق را به ناشران کتاب، رسانه های چاپی، شبکه های رادیویی و تلویزیونی و یا دیگر مراکز تجارتی به فروش برساند. این حق هم در بیشتر کشور ها تابع مقررات ویژه یی است. ناشران حق و صلاحیت استفاده از نشرات خود را دارند.

در بیشتر موارد، خلق کنندۀ اثر- به ویژه در آثار ادبی- خود صاحب این حق است. هرگاه ایجاد کننده گان در استخدام یک نهاد و یا یک شخص و یا دولت باشند، اثری را که در حین ماموریت تهیه می کنند، به خود شان تعلق ندارد و این محصول متعلق به نهاد استخدام کننده است و تنها نهاد حق مالکیت معنوی اثر را دارد.

این حق در مورد آثار هنری و ادبی، نمایش، فلم، موسیقی، ضبط صدا، نشرات رادیو تلویزیون، برنامه های کیبلی، نرم افزار های کمپیوتری و... مطرح می گردد.

در مجموع حقوق مالکیت فکری، به سه شاخه (مالکیت صنعتی)، (مالکیت ادبی و هنری یا کاپی رایت) و (مالکیت آثار اجرایی) تقسیم می گردد.

فصل هفتم

حقوق مالکیت فکری

اگر مجازات از نظر اجتماعی متضمن هیچ گونه فایده یی هم نباشد، باید مجرم را مجازات نمود تا عدالت رعایت گردد.

کانت

حقوق مالکیت فکری Intellectual Property Rights مشمول یک سری امتیاز ها و اختیارهای قانونی است که عرف یا قانونگذار برای صاحبان آثار و محصولات فکری به طور رسمی شناخته است. هدف از حقوق مالکیت فکری حمایت از پدید آورنده گان این گونه آثار است تا پدید آورنده گان حق انتفاع و انواع تصرف را در آثار خود داشته باشند. [۸۶]

این حقوق را به صورت ساده تر میتوان چنین تعریف کرد: "حقی که صاحب صلاحیت آن، استفاده حق مؤلف اثر را از راه های مختلف به اختیار خود داشته باشد." [۸۷] اینجا تأکید روی حقی است که مانع استفاده غیر قانونی و غیر مناسب اشخاص و نهاد ها از آثار خلاقانه و اصیل پدیدآورنده گان آن آثار می گردد. پدید آورنده صلاحیت استفاده از آثار خود را به اشکال گونه گون دارد، یعنی می تواند در آن تغییر بیاورد، به نشر برساند، مشمول برنامه های کیبلی بسازد و یا این حق را به کس دیگری تفویض کند.

مطابق کنوانسیون سازمان جهانی مالکیت فکری موضوع هر سه شاخه مشمول این عرصه هاست:

موضوع های مالکیت ادبی و هنری:

- آثار علمی و ادبی شفاهی (شعر، مقاله، خطابه، نطق، کنفرانس...) و مکتوب (کتاب، مجله، روزنامه...). این آثار می توانند به گونه های آفرینش، ترجمه، تألیف، تلخیص باشند. گرچه آثار شفاهی، تنها مطابق قانون بعضی کشور ها مشمول این حمایت می گردد.
- آثار صوتی یا سمعی، تصویری یا بصری (فلم، تیاتر، ترانه و...)
- آثار تزیینی، نمایشی، تجسمی (معماری، صنایع دستی، پیکر تراشی، عکاسی، خوشنویسی و...)
- آثار کمپیوتری (برنامه سازی و...)
- آثار ترکیبی (طور مثال تصویر سازی برای یک پارچه موسیقی)

موضوع های حقوق مالکیت صنعتی و بازرگانی:

- اختراعات
- طرح های صنعتی
- نشان ها (لوگو) و نام های بازرگانی
- نشان های جغرافیایی
- و از این قبیل...

موضوع های حقوق آثار اجرایی:

- رقص ها، آواز ها، دکلمه ها، تمثیل ها و روضه خوانی ها.
- صفحات صوتی
- در مجموع همه تولیدات سازمان های پخش صدا و تصویر [88]

در افغانستان، چون تا حال قانون مناسب و درستی برای حقوق مالکیت های فکری به میان نیامده است، بیشترینه حقوق مالکیت فکری زیر نام کاپی رایت مطالعه می گردد. به همین استناد در نبشتهٔ حاضر هم از همین واژه استفاده می گردد که به صورت اصطلاحی تمام مفاهیم حقوق مالکیت فکری را افاده می کند.کاپی رایت واژه انگلیسی است. گروهی از نویسنده گان (حق مؤلف) را به گونه معادل مفهوم کاپی رایت به کار می برند که نمی تواند به صورت دقیق آن چه را که در بطن این مصطلح نهفته است، آشکار بسازد.

استثنا های حمایت از حقوق مالکیت فکری:

استفادهٔ منصفانه از آثار به مفهوم زیر پا گذاشتن حقوق مالکیت فکری نیست. در پژوهش های آموزشی و علمی، افراد مجازند که از آثار دیگران با ذکر منبع و مأخذ به گونهٔ متوازن استفاده کنند. گاهی افراد تنها به منظور استفادهٔ شخصی و نه به دلیل گزینه های اقتصادی آثار دیگران را کاپی می کنند که در این صورت اثر مشمول حق حمایت نمی گردد.
در یک اثری که به ثبت می رسد، نخست بررسی های لازم صورت می گیرد که آیا اثر تازه است و یا خیر. اگر در اثر تنها نظریه پردازی وجود داشت، مشمول حق مالکیت معنوی نمی گردد؛ زیرا اصول حق مالکیت فکری در نظریه دهی وجود ندارد؛ به گونهٔ مثال اگر کسی در مورد شعر معاصر نظریه هایی را ارائه می کند، این نظریه ها شامل کاپی رایت نمی گردد؛ ولی نحوهٔ ارائه، بافت واژه گانی و نحوهٔ بیان افکار مشمول این حق می گردند. مصطلحات مروج روزمره و مفاهیم عام که همه از آن با خبر اند مشمول حق مالکیت فکری نمی گردد.

- حقوق و امتیاز هایی معنوی و اخلاقی که به سرنوشت اثـر و هویـت اثر ارتباط می گیرد. به گونۀ مثال: اثر به نام چه کسی چـاپ شـود و کی محتوای آن را تعیین می کند.
- حقوق و امتیاز های مادی که به پدید آورنده این حق را می دهد که از اثر خود فایدۀ مادی داشته باشد. [۸۹]

مدت صیانت حقوق مالکیت فکری:

در مورد مدت صیانت هر کشور قانون ویژه یی دارد. مدت حـق صـیانت بـه مفهوم زمانی است که صاحب اثر در یک زمان معین حق اسـتفاده مـادی و معنوی از آن را دارد.

چون یک اثر فکری در یکی محیط متعلق به عموم با امکانات عامه به میـان می آید، بعد از یک مدت ویژه این حق از بین رفته و اثر مورد اسـتفاده آزاد همه علاقه مندان قرار گرفته و جز دارایهای فکری و معنوی جامعه به شمار می رود؛ به گونۀ مثال امروز حق استفاده از آثار شکـسپیر و یـا پـرده هـای موسیقی بتهوفن را همه مردم دارند. در بیشتر کشور هـا مـدت زمـان حـق مؤلف برای ۵۰ سال بعد از وفات هنرمند و یا خالق اثر در نظـر گرفتـه مـی شود که حق استفاده از آن بعد از فوت شخص مـذکور در اختیـار وارثـان او قرار می گیرد.

محدودیت مکانی حقوق مالکیت فکری:

یک اثر، زمانی مورد حمایت قرار می گیرد که به مجرد ایجاد، در یک کشور معین به ثبت برسد. ثبت مطابق قانون و ارزشنمای هر کـشور صـورت مـی گیرد. غالباً کشور ها یکی از این الگو ها را در حمایت آثار در نظر می گیرند:

الگوی سرزمینی: یعنی اثر در هر سرزمینی که برای بار اول نشر شده است، مورد حمایت قرار می گیرد.

فاکت ها و حقایق نیز در جمع حق مالکیت فکری شامل نمی شـوند؛ چـون هیچ کسی حقایق و فاکت ها را کشف نکرده است، بل آنهـا تنهـا دریافـت و ثبت می شوند. همچنان فاکت ها و حقایق عنصر ادبی و یا هنـری نیـستند. تنها شیوۀ ارائه و بافت آنها می تواند مشمول حلقۀ حمایـت از کـاپی رایـت گردند. فاکت ها و حقایقی که در اخبار و اطلاعات اسـتفاده مـی گـردد نیـز مشمول این حق نمی گردند، بل تنها طریقه و شیوۀ ابراز خبـر و گـزارش و ساختمان آن مورد حمایت قرار می گیرند. هیچ شبکۀ اطـلاع رسـانی نمـی تواند از تصاویر، لوگو ها و فلم های شبکۀ دیگر بدون موافقۀ قبلـی اسـتفاده کند.

در گزارش دهی وقایع جاری (استفاده مناسب) از اثر های دیگر نقض حقوق کاپی رایـت نیـست. گزارشـگر و یـا تولیـد کننـدۀ برنامـه هـای رادیـویی و تلویزیونی قسمتی از مطالب روزنامه ها، فلم ها و کتاب ها را مـی توانـد بـه منظور گزارشدهی خود استفاده کند.

دلایل وجودی حقوق مالکیت فکری:

اخلاق و اقتصاد دو دلیل عمده برای به وجود آمدن حقـوق مالکیـت فکـری استند. وقتی شخصی یا نهادی اثری را به وجود می آورد، نیازمند است کـه اثرش محترم شمرده شود و ارزش معنوی آن به نام خودش ثبت گـردد و از امتیازات مادی و معنوی آن بهره مند گردد. قانون کـاپی رایـت بـه منظـور حمایت از همین دو بعد اخلاقی و اقتصادی مطرح می گردد.

یا میتوان گفت که در حقوق مالکیت فکری به طور کلی دو مـسأله حقـوقی مطرح می گردد:

الگوی تابعیت: کشور آثار شهروندان خود را حمایت می کند، گرچه کـه در خارج از محدودۀ آن ایجاد شده باشد.

الگوی نشر همزمان: هرگاه اثر به صورت همزمان در دو کشور به نشر برسد، تنها در کشور اولی مورد حمایت قرار می گیرد.[۹۰]

این محدودیت ها در قوانین کشور ها در نظر گرفته می شود؛ اما در سالهای پسین سازمان ها و کنوانسیون های بین المللی حقوق مالکیت فکری چـون کنوانسیون همکاری مشترک ثبت بین‌المللـی اختراعـات یـا پـی سـی تـی، مؤافقتنامه مادرید و کنوانسیون اروپایی این الگو ها را کمرنگ ساخته است و علاوه به دیگر تغییرات آنها را ملـزم مـی داننـد کـه از حقـوق شـهروندان خارجی هم حمایت کنند.

تفاوت میان حقوق مالکیت فکری (داخلی) و حقوق مالکیت فکری (بین المللی)

حقوق مالکیت فکری داخلی حقوق صاحبان آثار را در داخـل کـشور میـان شهروندان خود حفظ می کند. قانون حقوق مالکیـت فکـری داخلـی، کـه از قانون هـای یـک کـشور سرچـشمه مـی گیـرد، نمـی توانـد کـه از حقـوق شهروندانش در خارج از کشور حمایت کند.

حق تألیف بین المللی زمانی به میان می آید که کشور به کنوانسیون هـای بین المللی حق مؤلف پیوسته باشد و طبق یک قرارداد چند جانبـه حقـوق صاحبان آثار کشور خود و دیگر کشور های مشمول در کنوانسیون را حفـظ کند.

پیمان های ملی حقوق مالکیت های فکری (افغانستان):

در قانون اساسـی افغانـستان در قـسمتی از مـادۀ چهـل و هفـتم در مـورد حمایت دولت از حقوق مالکیت های فردی چنین آمده است:

"دولت حقوق مؤلف، مخترع و کاشف را تضمین می نماید و تحقیقات علمی را در تمام عرصه ها تشویق و حمایت می کند و استفاده مـؤثر از نتـایج آن را، مطابق به احکام قانون، تعمیم می بخشد."

در بند دوازدهم مادۀ سیزدهم قانون رسـانه هـای همـه گـانی سـال ۱۳۸۴ حقوق مالکیت فکری، ((حق مالکیـت معنـوی و امتیـاز انتـشارات)) تعریـف گردیده و تصریح شده است کـه اصـول مربـوط بـه کـاپی رایـت در مقـررۀ جداگانه تنظیم می شود.

(قانون علایم تجاری) چهل سال قبل در افغانستان به تصویب رسیده اسـت؛ ولی متأسفانه این قانون مطابق نیاز های زمان و پیشرفت تکنـالوژی بـه روز نشده است.

با این که افغانستان در سـال ۱۳۸۴ کنوانـسیون تأسـیس سـازمان جهـانی مالکیت فکری وایپو را امضا کرده است، اما در ایـن زمینـه پیـشرفتی دیـده نمی شود. در آخرین سیمیناری که در ژنیـو از سـوی ایـن سـازمان برگـزار گردید، قرار شد که دفتر مشترک افغانستان و سـازمان وایپـو در افغانـستان فعالیت خود را آغاز کند.

از آنجایی که اطلاع در دست است، کار های کمرنگی در زمینه تسوید قانون مالکیت های فکری صورت گرفته است و انتظار می رود کـه ایـن قـانون در آینده نزدیک به همکاری وزارت اطلاعات و فرهنگ و توریزم و وزارت مالیـه و اقتصاد به تصویب برسد.

پیمان های بین المللی:

بیشتر از ۲۰۰ سند در سطح بین المللـی در مـورد حقـوق مالکیـت هــای فکری وجود دارد. از مهمترین اسناد در این زمینه از سه کنوانسیون میتوان نام برد:

کنوانسیون برن، کنوانسیون جهانی حق تألیف و کنوانسیون روم.
از کنوانسیون برن که از گذشته طولانی تری برخوردار است، به عنوان نخستین قانون مالکیت های ادبی و هنری نام برده می شود. در این کنوانسیون که در سال ۱۸۸۶ در شهر برن سویس به موافقت رسید، صاحب اثر از حقوق ویژه یی برخوردار است و مدت حق مؤلف را تا ۵۰ سال بعد از مرگ صاحب اثر تعیین کرده است. صاحب اثر می تواند تولید مجدد، نشر، ترجمه یا تعدیل در کارش را اجازه بدهد و یا آن را منع کند. در این کنوانسیون بارها تجدید صورت گرفته است.
کنوانسیون بین المللی کاپی رایت WTC در سال ۱۹۵۲ توسط یونسکو در ژنیو به کار آغاز کرد. این کنوانسیون که در سال ۱۹۷۱ اصلاح گردید، شرایط بهتری را برای شهروندان کشور های در حال رشد به وجود آورد.
کنوانسیون روم در سال ۱۹۶۱ تصویب گردید و بیشترینه به منظور حفاظت از تولید کننده گان نمایش ها، ناشران و فونوگرام ایجاد شده است. در این کنوانسیون تصویب گردیده است که منازعات در دادگاه های بین المللی حل گردند. هرگاه کشورهای امضا کننده کنوانسیون روم از مواد این قانون سر پیچی کنند، به هیئت سازمان تجارتی جهان گزارش داده می شود.[۹۱]
همچنان قانون کاپی رایت وایپو WIPO در سال ۱۹۹۶ تصویب گردید و تا کنون انواع اسناد، کتاب ها و مقاله ها را در این زمینه تهیه کرده است.

طرح پیشنهادی
برای اصولنامۀ اخلاق حرفه‌یی

بدهید؛ مواردی را هم که میخواهید حذف شوند، یادداشت کنید تا سندی ارایه شود که تا حد ممکن موارد اساسی را با خود داشته باشد و به صورت نظریه جمعی اعضای کدر علمی این دانشکده مورد استفاده قرار گیرد. هرگونه پیشنهاد و انتقاد شما برای من سازنده است و در تکمیل تحقیق من در مورد اخلاق و حقوق در ژورنالیزم یاری می رساند.

اصولنامه:

۱. خبرنگار باید برای ایجاد توازن در مطالب تهیه شده خود بکوشد.
۲. خبرنگار دقت و عینیت را در سرخط عملکرد های حرفه یی خود قرار دهد.
۳. خبرنگار صادق باشد؛ اطلاعات را به صورت درست به مردم انتقال دهد؛ حقایق را مخدوش نسازد و پنهان نکند؛ اسناد و مدارک را دگرگون نسازد؛ هرگاه اشتباهی رخ داد به تصحیح آن بپردازد و حق پاسخ را محترم نگاه دارد.
۴. اخلاق عمومی جامعه را در نظر داشته باشد. به فرهنگ ها و دیدگاه های گونه گون احترام بگذارد.
۵. منافع عمومی را بر منافع فردی، قومی ، قبیله یی، نژادی و زبانی ترجیح دهد.
۶. در ایجاد صلح، آرامش، همبسته گی و وحدت بین مردم و ایجاد فضای تساهل و تفاهم بکوشد. در ارائه خبرها و نبشته های خود از مطالبی که به تشدید نزاع بین گروه ها، نسل کشی، نژاد پرستی و نفرت بین انسانها می انجامد، بپرهیزد و هراس افگنی و پخش شایعات را زشت بداند.
۷. هویت منابعی را که نمی خواهند افشا شوند، محرم نگهدارد.

طرح پیشنهادی:

برای ساخت اصولنامۀ اخلاق حرفه یی برای خبرنگاران افغانستان

در جهان امروزی بیشتر از هر وقت دیگر به مقولۀ اخلاق رسانه یی و اخلاق حرفه یی خبرنگار پرداخته میشود. در اکثر کشور های جهان با رعایت موازین حقوق بشر و نظریه اومانیسم (انسان گرایی) به طرح و تدوین اصولنامه های اخلاقی دست یازیده اند.

رسالت و تعهد اجتماعی ژورنالیستان را ملزم به جوابدهی در مقابل وجدان شان می سازد.

ژورنالیستان افغانستان هیچ گونه سند مکتوب و تدوین شده برای رعایت اصول اخلاقی در دست ندارند. دانشکدۀ ژورنالیزم به مثابۀ نهاد اکادمیک و علمی در این راستا باید پیشگام باشد و اصولی را طرح نماید که بازتاب دیدگاه های اعضای علمی این نهاد در جامعه باشد.

برای اجرای این طرح شاخصه های زیرین طرح گردیده اند. این شاخصه ها در اصولنامه های اخلاقی اکثر کشور های جهان ذکر گردیده اند. ممکن حرف تازه یی در این سطر ها دیده نشود و دلیلش این است که اخلاق همانقدر که در جوامع گونه گون با درنظرداشت فرهنگهای متنوع آنان متغیر است، به همان اندازه ارزش های همسانی را دنبال میکند.

ناگفته نباید گذاشت که این مسوده به هیچ صورت کامل نیست بناً از شما انتظار دارم تا در مورد هر بند دیدگاه های خود را بیان دارید؛ نکته هایی را که از قلم باز مانده اند، ذکر کنید؛ در ترکیب واژه ها و ترتیب ماده ها نظر

۸. عفت قلم را در نظر داشته و از تهمت و افترا بپرهیزد.
۹. خبرنگار رشوت و هدیه را به هیچ عنوانی نپذیرد.
۱۰. خبرنگار شخصیت سازی و شخصیت پرستی را زشت بداند و بدان مبادرت نورزد.
۱۱. به حریم خصوصی افراد احترام بگذارد و حوزه عمومی را از خصوصی مجزا بداند. در راه سود آوری، رسالت اجتماعی و حقوق افراد را نادیده نگیرد.
۱۲. سرقت ادبی نکند و از آثار و اندیشه های دیگران با ذکر منبع استفاده کند.
۱۳. از حرفهٔ خود استفادهٔ شخصی نکند و اطلاعات به دست آمده را به حیث وسیلهٔ فشار برای نوعی امتیاز بـه دست آوردن قرار ندهد. در هنگام به دست آوردن اطلاعات و انجام وظایف هویت خود را پنهان نسازد.

پی‌نوشت‌ها

پی نوشت ها:

۱. آیزیا برلین. مترجم: محمد امین کاروان. به نام آزادی (نقد و بررسی شش متفکر عصر جدید)، انتشارات مروارید، چاپ اول، سال ۱۳۸۲، ص ۲۰

۲. رابرت ال هولمز. مترجم: مسعود علیا. مبانی فلسفه اخلاق، تهران: ققنوس،۱۳۸۲، ص ۳۱۵

۳. آیزیا برلین. به نام آزادی. ، ص ۳۹

۴. آیزیا برلین. به نام آزادی. ، ص ۵۹

۵. رابرت ال هولمز. مبانی فلسفه اخلاق، ص ۴۲

۶. همانجا، صص۴۲ و ۴۳

۷. نگاهی دیگر به اخلاق رسانه یی. مجموعه مقالات،تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، چاپ اول ۱۳۷۵، ص ۲۳

۸. همانجا، همان صفحه

۹. ویل دورانت. مترجم : عباس زرخویی. تاریخ فلسفه، انتشارات دانش، تهران، ص ۱۱

۱۰. همانجا، ص ۴۰

۱۱. همانجا، ص ۷۴

۱۲. کارل هوسمن. مترجم: داوود حیدری. بحران وجدان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، ۱۳۷۵ ص ۴۳ و ۴۴

۱۳. مبانی فلسفه اخلاق، ص ۲۲۳

۱۴. تاریخ فلسفه، ص ۳۵۸

۱۵. آیزیا برلین. به نام آزادی، ص ۲۴

۱۶. آیزیا برلین. به نام آزادی، ص ۳۸

۱۷. همانجا، همان صفحه

۱۸. همانجا، ص ۴۸

۱۹. رسانه. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هفتم، شمارهٔ ۳، پاییز ۱۳۷۵، ص۱۶

۲۰. دیوید رندال، مترجم: علی اکبر قاضی زاده. خبرنگاری حرفه یی، تهران: موسسه انتشارات روزنامه ایران، ۱۳۸۲ صص ۱۶ و ۱۷

۲۱. همانجا

۲۲. همانجا، ص ۳۵۰ و ۳۵۱

۲۳. یونس شکرخواه. خبر، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، ۱۳۸۱،ص ۱۲۵

۲۴. بانک اطلاعات نشریات کشور www.margin.com

۲۵. رسانه. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هفتم، شمارهٔ ۳، پاییز ۱۳۷۵، ص۷

۲۶. همانجا، ص۸

۲۷. کارل هوسمن. بحران وجدان، ص ۲۳۳

۲۸. کارل هوسمن. بحران وجدان، ص ۲۳۴

۲۹. رهنمود های نشراتی صبح به خیر افغانستان، ص ۱۵– ۱۷

۳۰. اساسنامه اتحادیه ژورنالیستان افغانستان

۳۱. مجموعه مقالات. نگاهی دیگر به اخلاق رسانه یی،ص ۴۶

۳۲. همانجا، ص ۱۲۹

۳۳. بانک اطلاعات نشریات کشور www.margin.com

۳۴. همانجا

۳۵. کارل هوسمن. بحران وجدان، ص ۷۰

۳۶. واصف باختری. در وزشگاه ثانیه های شرقی،بنیاد انتشارات پرنیان، ۱۳۷۹، ص ۳۳

۳۷. همانجا، ص ۳۶

۳۸. کارل هوسمن. بحران وجدان، ص ۱۰۱

۳۹. همانجا، ص ۷۴

۴۰. کارل هوسمن. بحران وجدان، ص ۱۱۳

۴۱. نصرالله ستانکزی. حقوق رسانه های همگانی در افغانستان، روزنامه انیس، ۳۱ سرطان ۱۳۸۵، کابل

۴۲. رسانه. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، شمارهٔ ۳، سال پانزدهم، ۱۳۸۳، ص ۱۶۶

۴۳. همانجا، ص ۲۹

۴۴. لکچر نوت درسی، فاکولته ژورنالیزم، داکتر شفیع راحل

۴۵. حسن نمک دوست تهرانی. رسانه، سال چهاردهم، شماره اول بهار ۱۳۸۲، صفحه ۵۹

۴۶. همانجا، ص ۱۱۳

۴۷. عباس نیک پیام. قانون مطبوعات(با آخرین اصلاحات)، تهران: انتشارات رهام، چاپ اول ۱۳۸۲، صص۱۹–و۲۰

۴۸. رسانه، شمارهٔ ۳، ۱۳۷۵، ص ۴۵

۴۹. پایه های ژورنالیزم و گزارشدهی انتخابات، رساله یی برای ژورنالیستان افغان، بخش تراست سرویس جهانی بی بی سی، ۲۰۰۲، ص۵

۵۰. نصرالله ستانکزی. حقوق رسانه های همگانی در افغانستان

۵۱. رسانه، شمارهٔ ۴، سال هفتم، ۱۳۷۵، صص ۳۷و ۳۹

۵۲. همانجا، ص ۵۸

۵۳. رسانه شمارهٔ ۳، سال هفتم، صص ۳۰ و ۳۱

۵۴. پایه های ژورنالیزم و گزارشدهی انتخابات، ص ۱۵

۵۵. بررسی رفتار های اخلاقی رسانه ها، سیروس مرادی، لکچر نوت درسی فاکولته ژورنالیزم

۵۶. رسانه. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هفتم، شمارهٔ ۳، پاییز ۱۳۷۵، ص۷

۵۷. کاظم معتمد نژاد. حقوق مطبوعات، ص ۱۷۷

۵۸. مجید محمدی. اخلاق رسانه ها. تهران: انتشارات نقش و نگار، سال ۱۳۷۹، صص ۷۰ و ۷۱

۵۹. بررسی رفتار های اخلاقی رسانه ها، ص ۱۱

۶۰. ماهنامهٔ عدالت، ویژه قانون، شماره ۱۶۳، ص ۴۱

۶۱. همانجا

۶۲. قدرت الله واحدی. مقدمهٔ علم حقوق.تهران: انتشارات گنج دانش، چاپ سوم، سال ۱۳۸۰، ص ۱۳و ۱۴

۶۳. ناصر قربان نیا. اخلاق و حقوق بین الملل، تهران: انتشارات سمت، ۱۳۷۸، ص ۴۴

۶۴. ناصر کاتوزیان، فلسفه حقوق، جلد اول، تهران: شرکت سهامی انتشار، چاپ دوم، سال ۱۳۸۱ ص ۳۴

۶۵. ناصر کاتوزیان. فلسفه حقوق ص ۳۴

۶۶. ناصر قربان نیا. اخلاق و حقوق بین الملل، ص ۳۹

۶۷. همانجا ص ۴۰

۶۸. همانجا، ص ۶۴

۶۹. همانجا، ص ۴۹

۷۰. همانجا، ص ۳۵

۷۱. کارل هوسمن. بحران وجدان، ص ۹۳، ۹۴

۷۲. نگاهی دیگر به اخلاق رسانه یی، ص ۱۳۷

۷۳. کاظم معتمد نژاد. حقوق مطبوعات، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، ۱۳۸۱،

۷۴. همانجا

۷۵. همانجا

۷۶. ترمینولوژی حقوق

۷۷. ترمینولوژی حقوق

۷۸. همانجا، ۱۳۷۷،ص ۶۶

۷۹. محمد ابراهیم انصاری لاری. نظارت بر مطبوعات در حقوق ایران، تهران: انتشارات سروش، ۱۳۷۵، چاپ اول ۱۳۷۵، ص ۱۷۴

۸۰. محمد جعفر جعفری لنگرودی. ترمینولوژی حقوق، تهران: کتابخانه گنج دانش، چاپ دوازدهم، ۱۳۸۱

۸۱. همانجا

۸۲. عباس شیخ الاسلامی . جرایم مطبوعاتی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاه مشهد، چاپ اول ۱۳۸۰، ص ۱۳۲

۸۳. نصرالله ستانکزی. حقوق رسانه های همگانی در افغانستان

۸۴. رسانه، شمارهٔ ۱، سال نهم، بهار ۱۳۷۷،ص ۶۷

۸۵. کاظم آهنگ. آزادی مطبوعات و نخستین سانسور های مطبوعاتی در افغانستان، کابل ۱۳۸۱، ص ۱۰۸

۸۶. اسماعیل حکیمی. نگاه اجمالی به حقوق مالکیت فکری

۸۷. قهار جواد

۸۸. همانجا

۸۹. اسماعیل حکیمی. نگاه اجمالی به حقوق مالکیت فکری، سایت مجله عدالت

۹۰. همانجا

۹۱. نشرات و حق تالیف کاپی، مترجم: عبدالقهار جواد. گروه کاری اتحادیه نشرات آسیا پسیفیک ABU، ۲۰۰۲

اسناد قانونی:

۱- اعلامیهٔ جهانی حقوق بشر ۱۹۴۸
۲- اعلامیهٔ حقوق بشر و شهروند ۱۷۸۹
۳- قانون اساسی افغانستان ۱۳۸۲
۴- قانون رسانه های همه گانی ۱۳۸۴
۵- قانون جزای افغانستان ۱۳۵۵
۶- میثاق بین المللی حقوق مدنی و سیاسی ۱۹۹۶

پیوست ۱
نظامنامه‌های اخلاقی چند کشور

اصولنامۀ اخلاق حرفه یی ژورنالیستی چند کشور جهان[1]

اصولنامۀ اخلاق ژورنالیستی در آسیای میانه: [2]

ما، خبرنگاران آسیای میانه نظر به این که آزادی بیان حق مسلم بشر می باشد، ماده نزدهم بیانیه حقوق بشر را که حق تحقیق، دریافت و انتشار اطلاعات را تضمین می کند، می پذیریم . ما بر نقش کلیدی اطلاعات در تطبیق حقوق بشر، و ساخت جامعۀ مدنی و دولت قانونمند و دموکراتیک تاکید داریم .

حق بشر در دریافت اطلاعات با در نظر گرفتن حقایق و وقایع، یکی از شاخصهای کلیدی در دموکراسی است؛ پس باید متوجه وجود مسئوولیت مان در حفظ صلح و هماهنگی قومی- نژادی و همچنین در ثبات اجتماعی و سیاسی منطقه باشیم و این حقیقت را در نظر بگیریم که روندهای مبتنی بر دموکراسی در آسیای میانه در حال گذران برهۀ حساس هستند و به همین دلیل نقطه نظراتی نشأت گرفته از یک حقیقت و یا یک واقعه می توانند با یکدیگر کاملاً در تضاد باشند،که اغلب اوقات منجر به نقض موارد بنیادین اخلاق مسلکی توسط خبرنگاران می شوند که به نوبه خود می توانند پیامدهای جدی را در بر داشته باشد.

با رسیدن به این نتیجه که در فعالیتهای حرفه یی خود باید پیرو مبانی اخلاقی باشیم، ما خودرا ملزم به پیروی از این مبانی می دانیم :

۱. باید با از خود گذشته گی، آزادی بیان و رسانه ها را حفاظت کرده و در مقابلِ سانسور و هر گونه تحریف اطلاعات، ایستاده گی نمود.

1 تمام اصولنامه های که در این بخش پیوست شده اند، توسط دفتر انتر نیوزدر کابل برگردانی شده است و تغییراتی اندکی در ساختار نوشتاری آن از سوی مؤلف وارد شده است.

2 این اصولنامه توسط خبرنگاران ازبکستانی، قرغیزستانی و تاجیکستانی پیش نویس شده است.

۲. به طور دقیق، منطقی و مسئوولانه اطلاعاتی را که بر پایه حقایق استوار است، به سرعت انتشار دهیم و چنانچه اشتباهی در اطلاعات ارائه شده موجود بود، آن را به زودی و به طور دقیق تصحیح نماییم.

۳. جمعیت وسیع تری را با بیشترین مقدار اطلاعات در خصوص وقایعی از هر درجه اهمیت اجتماعی و سیاسی از نظر مردم آسیای میانه، پوشش دهیم (که شامل دامنه وسیعی از عکس و مطالب صوتی و تصویری می باشد).

۴. اجتناب از تحریف حقیقت در جهت حفاظت از منافع تجاری، تبلیغاتی،گروهی و احزاب سیاسی و یا شخصی .

۵. اجتناب از به کار بردن مسایل گفته شده و چاپ شده به منظور انتقام شخصی، تعقیب رقبا و ارضاء خواسته های شخصی .

۶. پرهیز از چاپ اطلاعاتی که حاوی عناصر تبعیض نژادی، جنسیتی، مذهبی، قومی قبیله یی و یا سیاسی هستند.

۷. خودداری از استفاده نابجای اطلاعاتِ به دست آورده در حین فعالیتهای حرفه یی .

۸. اجتناب از نام بردن منابع محرمانه اطلاعات .

۹. مشخص نمودن گونه های سرقت ادبی و پشتیبانی از حفظ حقوق انحصاری آثار.

۱۰. پرهیز از هر گونه توهین به مردمی که هدف پژوهش های خبرنگاری قرار گرفته اند و رعایت دقیق اصل برائت ذمه.

۱۱. خودداری از تجاوز به حریم شخصی افراد . هر مسأله خصوصی تنها زمانی می تواند عمومیت پیدا کند که به نفع جامعه و در رابطه با عموم باشد .

۱۲. نشان دادن همبسته گی بین المللی و دفاع از آزادی بیان و مطبوعات در کنار حقوق خبرنگاران و رسانه های جمعی.

۱۳. حفظ تصویر قابل احترام خبرنگاری و اجتناب از زیر سوال بردن همکاران، ایجاد تعادل بین رقابت عادلانه و همبسته گی شغلی و حرفه یی، کمک به همکاران دیگر کشورهای منطقه برای انجام وظایف حرفه یی شان .

۱۴. به جریان انداختن قانون گذاری داخلی و بین دول، که به قصد حمایت و پیشبرد اصول آزادی بیان و رسانه ها انجام می شود .

اصولنامهٔ اخلاق ژورنالیستی در مصر (۱۹۸۳):[3]

ما ژورنالیست های مصری، به شکوه و افتخار در حرفه ژورنالسیتی و رابطه بین آگاهی و بیداری ژورنالیست ها و آگاهی افکار عمومی، ایمان داریم و مفتخریم که این منشور را اعلام کرده و به آن متعهد باشیم.

اول:

- مفهوم ژورنالیزم به آزادی رسانه ها، گره خورده و این آزادی تنها تحت نظارت مردم است.
- حفظ عزت و شرف رسانه ها حقی است که از دفاع از آزادی هایی که توسط قانون اساسی به تک تک افراد و عموم اهداء شده، نمی تواند جدا باشد.
- فعالیت های ژورنالیست ها باید بر پایه گفتن حقیقت و وفاداری به کشور، مردم، سرزمین و تاریخ کشور، آزادی، عزت و شرف، ارزش و مبانی و منافع کشور باشد.
- گفتار مکتوب درست و صحیح و دیگر انواع رسانه های جمعی که به آن تعلق دارند مسئوولیت ژورنالیست ها می باشد، که ژورنالیست ها در دفاع از آن در مقام دفاع از عزت و شرف حرفه شان به خاطر عدالت و برتری قانون، حق دارند. این اعتمادی است که می باید به تمامی آزادی ها و قابلیت ها و فضایل خانواده مصری، احترام بگذارد.
- حفاظت عقاید و علایق عمومی از ضرر و زیان، وظیفه مقدس خبرنگاری می باشد.
- شأن و منزلت ژورنالیست نشأت گرفته از شأن و منزلت حرفه و کشورش است.

دوم: شش نکته اساسی عزت و شرف رسانه یی نیازمند به تعهد در موارد زیر می باشند:

- ژورنالیست ها، چه حرفه یی چه آماتور، از وارد کردن ضرر شخصی به یکدیگر، محروم کردن یکدیگر از حقوق شان، اجازه (امکان) ندادن به یکدیگر برای انجام وظایف حرفه یی شان و یا وادار کردن آنها به گفتن یا انجام کاری که

[3] برگرفته از شورای عالی رسانه ها در مصر

ممکن است بر شخصیت اجتماعی و ژورنالیستی آنها اثر بگذارد که شامل حق نگهداشتن منابع شان به صورت افشا نشده می باشد، منع شده اند.

- ژورنالیست باید به حق شهروندان و مهمتر از همه حق وی در دسترسی به اطلاعات، متعهد باشد . او نباید حقایقی را که می شناسد از شهروندان پنهان کند و همچنین نباید در مورد آنها اغراق کند . او باید حقایق را کامل و بدون تحریف ارائه کند که این مسأله حق شهروندی را در حفظ شأن و منزلتش و مقابله با سیل اتهامات به هدف لطمه زدن به شهرت و اعتبارش به واسطه یک موضوع خبری، تصویر و یا عکس به قصد اتهام زدن به او و اظهار قضاوت و ضربه زدن به او قبل از اینکه توسط دادگاه حقوقی محاکمه شود، پوشش میدهد.
- ژورنالیست نباید از شغلش به طور غیر قانونی نفعی ببرد و یا در مطالبی که چاپ میکند تا حدی طفره رود که بیطرفی او زیر سوال برود.
- اخبار و تفسیراتی که برای شهروندان پخش میشوند باید معتبر و موثق و به دور از تلافی و انتقام و یا پخش کردن شک توجیه ناپذیر و نا حق، باشد. سخنان منتشر شده در هر تبادل نظری باید صادق باشد .
- مسؤولیت ژورنالیست کامل است، او نباید مسؤولیت را به دوش سر-دبیر بگذارد، و ادعا کند که فقط از دستور های سر دبیر پیروی می کرده است.
- او باید از سرقت ادبی پرهیز کند.

سوم: ژورنالیست از امتیازات زیر بهره می برد :

- حق اظهار نظر و احترام گذاشتن به نظرات دیگران بر طبق قانون.
- حفاظت خودش از هر تعرض جسمی و معنوی.
- حق بدست آوردن اطلاعات صحیح که طبیعت شغلیش ممکن است اقتضا کند.
- حق افشا کردن کسانی که احتمالاً او را با فراهم کردن اخبار و اطلاعات غلط، فریب داده اند و یا کسانی که ممکن است گفته های قبلی خود را به دلیل ترس، انکار کنند، تا امکان فرا خواندن آنها در حضور مقامات برای پاسخدهی فراهم شود .

- حق بهره مندی از تمامی حقوقی که توسط قانون،رسوم حرفه یی و قید و شرط ها، برای او ضمانت شده است.

چهارم: اجرای این منشور تکلیف و امانتی است بر وجدان مسلکی ژورنالیستان.

اصولنامۀ اخلاق ژورنالیستی سندیکای ملی ژورنالیستهای فرانسه یی: [۴]

ژورنالیستی که لیاقت و شایسته گی این اسم را دارد:

- مسؤولیت تمام مطالبی را که می نویسد، به عهده می گیرد.
- افتراها، اتهامات بی پایه و بی اساس، جعل اسناد، تحریف حقایق و دروغگویی را به عنوان جدی ترین سوء رفتارهای حرفه یی قلمداد می کند.
- همکارانش را به عنوان تنها قضاوتی که در شرف حرفه یی، مطلق و بی چون و چراست، شناسایی می کند.
- ژورنالیست تنها مأموریت ها و وظایفی را می پذیرد که با شأن حرفه یی او سازگار است.
- از جعل هویت، استفاده از طرق عهد شکنانه و ناصادقانه برای گرفتن اطلاعات و یا بهره جستن از حسن نیت اشخاص، پرهیز کند .
- از نهاد های دولتی و یا شرکتهای خصوصی پولی دریافت نمی کند.و از موقعیت ژورنالیستیش، نفوذش و رابطه هایش سوء استفاده نمی کند.
- مقالات تجاری و یا تبلیغاتی مالی را به عهده نمی گیرد.
- مرتکب سرقت ادبی نمیشود.
- مدعی پست و مقام همکارش نمی شود و یا با پیشنهاد کار با شرایط پایینتر باعث کنار گذاشتن او نمی شود.
- رازداری حرفه یی اش را حفظ می کند.
- از آزادی رسانه ها در جهت مقاصد سودجویانه استفاده نمی کند.
- خواستار آزادی جهت چاپ و پخش صادقانه اطلاعاتش می باشد.

[4] منبع : منشور وظایف حرفه یی ژورنالیستهای فرانسه یی
سندیکای ملی ژورنالیستهای فرانسوی در سال ۱۹۱۸ این اصول را گزینش کرده است و سپس این اصول در سال ۱۹۳۸ توسط همین نهاد بازبینی و کامل گردیده است.

- به عدالت احترام می گذارد و بالاترین اولویت را به آن می دهد.
- نقشش را با نقش پلیس در نمی آمیزد.

اصولنامۀ اخلاق ژورنالیستی در هند: [۵]

۱. رسانه آزاد فقط می تواند در یک جامعه آزاد رشد و ترقی کند. قوم گرایی تهدیدی برای ساختار و بافت جامعه آزاد ما و همبسته گی ملی است.

۲. رسانه ها نقش حیاتی را در تکمیل اهداف بنیادی که در قانون اساسی ما حفظ شده، ایفا می کنند، که از آنها دموکراسی، دین گریزی و دین جدایی، وحدت و تمامیت ملی و حاکمیت قانون را نام می بریم. این وظیفه رسانه هاست تا به ترفیع وحدت و پیوند در قلب و اذهان مردم کمک کند و از چاپ مطالبی که گرایش به برانگیختن احساسات قومی و یا بر افروختن خشم و عداوت قومی دارند، خودداری نمایند.

۳. برای پژوهش این نکات، رسانه ها باید در گزارش دادن از حوادث قومی در کشور به خط مشی های زیر وفادار باشند :

- تمامی تفسیرات سر مقاله یی و اظهار نظرهای دیگر، چه از طریق مقالات و چه از طریق نامه به سر دبیر و یا هر چهارچوب دیگری، باید متعادل و بررسی شده و خالی از هر گونه هجوم توهین آمیز به رهبران قومی باشد و هیچ تحریک و برانگیخته گی به خشونت در آنها وجود نداشته باشد.
- باید از اظهارات کلی که شک و شبهه هایی را در میهن پرستی و وفاداری هر اقلیت و گروهی، ابراز می کند، اجتناب ورزید.
- همچنین، باید از اظهارات و اتهامات کلی بر علیه یک قوم یا گروه، مبنی بر اینکه آن قوم یا گروه مرتکب تبعیض ناعادلانه، تحریک به نفرت عدم اعتماد بین قومی، شده یا می شود، پرهیز کرد.

[5] کنفرانس سر دبیران تمامی روزنامه های هند
موازین اخلاقی رسانه ها در گزارش و تفسیر و شرح رویدادهای فرقه یی برگزیده در ۱۹۶۸

- نظر به اینکه نباید جلوی پخش حقیقت را گرفت، باید از تحریف عمومی اخبار مربوط به حوادث قومی اجتناب کرد.
- اخبار حوادثی که شامل مرگ افراد، بی قانونی ، آتش زنی و .... می باشد چه در عنوان، سرعنوان، تشریح و یا گزارش، باید با محدودیت و قید و بند و تنها با عناوین واقعی و حقیقی تشریح شود، اما نباید زیاد نشان داده شود یا بر آن تأکید شود.
- به عناوین خبری که برای به وجود آوردن صلح و هماهنگی و کمک به بازگشت و حفظ و نگهداری نظم و قانون، ترتیب داده شده اند، باید نسبت به اخبار دیگر اولویت و اهمیت بیشتری داده شود.
- در انتخاب و نشر عکسها، کاریکاتورها، اشعار و غیره باید بیشترین هوشیاری و توجه را به خرج داد تا بدین شکل از برانگیختن عواطف و احساسات یا عداوت و نفرت قومی، اجتناب ورزید.
- نام های قومها نباید در مطالب آورده شود و عبارت های قوم" اکثریت " و " اقلیت " نباید به طور معمول در جریان گزارش، ذکر شوند.
- همیشه باید به منبعی که آمار و ارقام تلفات و قربانیها از آن بدست می آید، اشاره شود.
- هیچ آمار و ارقام و حقیقتی نباید بدون تائید کامل و شواهدی منتشر شود . با این حال اگر با انتشار این حقایق و آمار و ارقام، احتمال برانگیخته شدن احساسات و عواطف قومی وجود دارد، میتوان از نشر این آمار و ارقام و حقایق اجتناب ورزید.

اصولنامۀ اخلاق ژورنالیستی در ایرلند:

۱. یک ژورنالیست وظیفه دارد ارزش نما های اخلاقی و حرفه یی را در بالاترین سطح نگهدارد.

۲. یک ژورنالیست باید همیشه از مبانی آزادی رسانه ها در رابطه با جمع آوری اطلاعات و بیان انتقاد و تفسیر، دفاع کند. او باید در از بین بردن تحریف، جلوگیری از پخش خبر و سانسور، تلاش کند.

۳. یک ژورنالیست باید تلاش کند تا مطمئن شود اطلاعاتی که منتشر کرده عادلانه و دقیق است و همچنین سعی کند تا از بیان شرح و حدس و گمان به عنوان حقیقت تثبیت شده و عرضه نادرست توسط تحریف، انتخاب یا ارائه غلط، اجتناب کند.

۴. یک ژورنالیست باید فوراً هرگونه بی دقتی زیانباری را تصحیح نماید، و اطمینان حاصل کند که تصحیح و پوزش طلبی به شکل برجسته منتشر شده و هنگامی که مسأله از اهمیت کافی برخوردار است، به افراد مورد انتقاد قرار گرفته، حق پاسخگویی فراهم شده است.

۵. یک ژورنالیست باید اطلاعات، عکس و تصاویر را تنها از طریق ابزار و وسایل ساده و مستقیم بدست آورد. استفاده از ابزار دیگر تنها می تواند از طریق ملاحظات مبتنی بر نفع عموم و جامعه توجیه شود. ژورنالیست حق ندارد تا یک مخالفت شخصی را با استفاده از چنین ابزاری تبارز بدهد.

۶. یک ژورنالیست نباید کاری کند تا موجب مزاحمت و دخالت در غم و اندوه شخصی شود.

۷. یک ژورنالیست باید از منابع محرمانه اطلاعات حفاظت کند.

۸. یک ژورنالیست نباید رشوه بپذیرد و نباید به وسوسه های دیگر اجازه دهد تا بر عملکرد وظایف حرفه یی او تاثیر بگذارد.

۹. یک ژورنالیست نباید به خاطر تبلیغات یا ملاحظات دیگر خود را در معرض تحریف یا جلوگیری از پخش حقیقت قرار دهد.

۱۰. یک ژورنالیست تنها باید در صورتی نژاد، رنگ پوست، آئین، وضعیت تأهل یا غیر تأهل، جنسیت یا جهت گیری جنسیتی شخص را ذکر کند که این اطلاعات کاملاً برای اطلاع از حقیقت ضروری باشند؛ یک ژورنالیست نباید مطالب را ابداع و یا آنها را پردازش کند زیرا باعث ترغیب یکی از زمینه های تبعیض ذکر شده در بالا می شود.

۱۱. یک ژورنالیست نباید از اطلاعاتی که در ضمن وظایفش به دست آمده، قبل از نشر آن به اطلاع عموم، نفع شخصی ببرد.

۱۲. ژورنالیست نباید به منظور ترویج کار خود و یا رسانه یی که در آن استخدام گردیده، از طریق اعلان محصولات یا خدمات تجاری، با استفاده از روش های کتبی، صوتی یا تصویری، مهر تأیید بگذارد.

۲. در انجام این وظیفه، ژورنالیست باید تمام اوقات از مبانی آزادی در جمع آوری و انتشار صادقانه اخبار، و حق تفسیر و انتقاد عادلانه، دفاع کند.
۳. ژورنالیست باید تنها بر طبق حقایقی که منشأ آن را می شناسد، گزارش دهد . ژورنالیست نباید اطلاعات اساسی و مهم را حذف کند و یا به جعل اسناد بپردازد.
۴. ژورنالیست باید در بدست آوردن اخبار، عکس و مدارک، تنها از روش های صادقانه استفاده کند.
۵. ژورنالیست باید نهایت تلاشش را بکند تا اطلاعاتی زیان آور را که بدون دقت لازم و بطور نادرست، منتشر شده، تصحیح نماید.
۶. ژورنالیست باید رازداری حرفه یی در خصوص محرمانه نگه داشتن منبع اطلاعات بدست آمده را، رعایت نماید .
۷. ژورنالیست باید نسبت به خطر تبعیض که توسط رسانه ها تقویت میشود آگاه باشد و نهایت تلاشش را انجام دهد تا از زمینه سازی برای چنین تبعیضی که بر پایه مسایلی نظیر نژاد، جنسیت، جهت گیری جنسی، زبان، دین و مذهب، اصل و نسب سیاسی یا دیدگاه های دیگر، اصلیت ملی یا طبقه اجتماعی باشد، جلوگیری نماید.
۸. ژورنالیست باید موارد زیر را به عنوان جدی ترین و خطرناک ترین، تخطی های حرفه یی تلقی نماید :
   - سرقت ادبی
   - ارائه کردن تصویر غلط مغرضانه و بد خواهانه
   - بدنام کردن، افترا، هتک حرمت، اتهام های بی پایه و اساس
   - پذیرفتن رشوه به هر شکلی در ملاحظه در پخش یا نشر اطلاعات و یا جلوگیری از پخش و نشر اطلاعات
۹. ژورنالیستهایی که لایق و مستحق این اسم هستند باید در وظایف شان رعایت مبانی بیان شده در بالا را بکنند . در محدوده قانون عمومی هر کشور، ژورنالیست باید در مسایل حرفه یی فقط صلاحیت و اختیارات همکارانش را قبول کند و نباید اجازه هیچ گونه دخالت از جانب تشکیلات دیگری را بدهد.

اصولنامهٔ اخلاق ژورنالیستی اتحادیه ملی ژورنالیستان مالیزیا:

۱. اولین وظیفه ژورنالیست احترام به حقیقت و احترام به حق دسترسی مردم به حقیقت میباشد . همینطور، دفاع از آزادی رسانه ها، برای پرداختن به رفتار حرفه یی اعضا و برای نگهداری معیارهای اخلاقی بالا در ژورنالیزم.
۲. برای انجام وظیفه (ژورنالیست) از این مبانی دفاع خواهد کرد : آزادی در جمع آوری و پخش و نشر صادقانه اخبار؛ و حق انتقاد و تفسیر عادلانه.
۳. ژورنالیست تنها بر طبق حقیقتی که منشأ آن را می شناسد،گزارش می کند. او از پخش اطلاعات اساسی خودداری نخواهد کرد، و مدارک را جعل نخواهد کرد.
۴. او برای بدست آوردن مدارک، عکس و اخبار تنها از روشهای صادقانه استفاده میکند
۵. او نهایت تلاشش را خواهد کرد تا هر گونه اطلاعات منتشر شده را، که به طور زیان باری نادرست است و از دقت لازم برخوردار نیست، تصحیح نماید.
۶. او رازداری حرفه یی را در خصوص محرمانه نگهداشتن منبع اطلاعات، رعایت کند.
۷. او موارد زیر را به عنوان جدی ترین و خطرناک ترین، تخطی های حرفه یی، در نظر خواهد گرفت:
   - سرقت ادبی
   - بدنام کردن، افترا، هتک حرمت و اتهام های بی پایه و اساس
   - پذیرفتن رشوه به هر شکلی در ملاحظه کاری برای پخش یا نشر و یا جلوگیری از پخش
   - او در مسایل حرفه یی، تنها صلاحیت و اختیارات همکارانش را قبول می نماید، و اجازه هیچ گونه مداخله توسط دولت یا دیگران را نمی دهد.

اصولنامهٔ اخلاق ژورنالیستی در هالند: [6]

۱. احترام به حقیقت و به حق عموم نسبت به دسترسی حقیقت، اولین وظیفه ژورنالیست است.

---

[6] اعلامیه (بیانیه) مبانی رفتار ژورنالیستها:
برگزیده توسط دومین کنگره جهانی کنفدراسیون بین المللی ژورنالیستها در Bordeaux در ۲۸–۲۵ آپریل ۱۹۵۴ و اصلاح شده توسط هیجدهمین کنگره جهانی کنفدراسیون بین المللی ژورنالیستها (IFJ) در Heldingor در ۶–۲ جون (June) ۱۹۸۶.

اصولنامهٔ اخلاق ژورنالیستی در پاکستان:

موازین اخلاقی حرفه یی تدوین و تنظیم شده برای رسانه ها به منظور کارکرد آنها بر طبق معیارهای شایسته گی، موازین رفتار حرفه یی و اصول آزادی و مسئوولیت در حین خدمت به منافع عمومی با ضمانت کردن جریان مسدود نشده یی از خبرها و نظرها برای مردم . با این تصور که هنگام خدمت به منافع عمومی، در هر شکلی از چاپ و پخش همچون، عناوین خبری، مقالات، سرمقاله ها، فلم ها، کاریکاتورها، تصویر ها، عکس ها و تبلیغات و غیره، باید صداقت، دقت، بیطرفی و انصاف خط مشی رسانه ها باشد.

۱. رسانه ها باید تلاش کنند تا معیارهای اخلاقی را پشتیبانی کنند و باید از سرقت ادبی و چاپ و پخش مطالب افترا آمیز و بدنام کننده، اجتناب کنند.

۲. رسانه ها باید تلاش کنند تا تمامی حقایق اساسی و بنیادی و لازم را پخش و افشا کنند و از دقیق و عادلانه بودن اطلاعات پخش شده، اطمینان حاصل کنند.

۳. رسانه ها باید از گزارش یا پخش و انتشار مطالب به اثبات نرسیده بپرهیزند، و از بیان تفسیرها و شرحها و حدس و گمانها به عنوان حقیقت تثبیت شده اجتناب کنند. عمومی سازی بر اساس حرکت و سلوک یک نفر و یا عده کمی از افراد، غیر اخلاقی تلقی می شود.

۴. رسانه ها باید به حریم شخصی افراد احترام بگذارند و نباید هیچ کاری انجام دهند که در حکم تجاوز به منزل و زنده گی خانواده گی و شخصی افراد باشد.

۵. از شایعه ها و گزارش های تصدیق نشده باید اجتناب کرد و اگر قبلاً به چاپ رسیده اند، باید به عنوان شایعه یا گزارش تأیید نشده شناسایی شوند.

۶. اطلاعات پخش شده، شامل عکس و دقیق و واقعی باشد.

۷. رسانه ها باید از ابداع، چاپ، نشر و پخش هر مطلبی که باعث ترغیب و برانگیختن عداوت و تبعیض در خصوص نژاد، دین و مذهب، نظام طبقاتی، فرقه، ملیت، قومی قبیله یی، جنسیت، ناتوانی و درمانده گی، بیماری و یا سن افراد یا گروه ها می شود، بپرهیزند.

۸. رسانه ها نباید خود را در اختیار به تصویر کشیدن و نسبت دادن جرم و جنایت به اعمال قهرمانانه و جنایتکاران به نام قهرمانان، بگذارند.

۹. رسانه ها باید از چاپ، نشر و پخش مطالبی که ممکن است برای پاکستان یا مردمش حقارت و خواری به بار آورد و یا گرایش به سست کردن و متزلزل ساختن استقلال و حاکمیت یا تمامیت آن را به عنوان یک کشور مستقل داشته باشد، اجتناب کنند.

۱۰. رسانه ها نباید هیچ مطلب یا اظهاراتی را که باعث زیر پا گذاشتن (تخطی از) ماده ۱۹ قانون اساسی جمهوری اسلامی پاکستان میشود ، چاپ یا پخش کنند.

۱۱. رسانه ها باید سریعاً هرگونه بی دقتی و خطای زیان بار را اصلاح کنند، و مطمئن شوند که تصحیحات و پوزش به شکلی روشن و علنی انجام شده اند، و هنگامی که موضوع از اهمیت کافی برخوردار است، برای افرادی که مورد انتقاد و یا تفسیر قرار گرفته اند ، حق پاسخگویی فراهم شده است.

۱۲. هنگامی که در مورد مسایل پزشکی گزارشی تهیه می شود، باید دقت شود تا از حس گرایی و هیجان برانگیزی، که می تواند باعث بر انگیختن ترسهای بی پایه و بی اساس یا امیدهای واهی در خواننده گان شود، پرهیز کرد. یافته پژوهش های اولیه نباید طوری ارائه شوند، انگار که قطعی و مسلم و یا تقریباً قطعی هستند.

۱۳. از حس گرایی و هیجان برانگیزی در مورد خشونت و وحشی گری باید اجتناب کرد. گزارش در مورد باید دقیق باشد، به ویژه هنگامی که جلسات دادگاه پوشش داده می شود و شخص متهم نباید قبل از اینکه رأی قضاوت به طور نهایی اعلام شود، گناهکار معرفی شود.

۱۴. در موارد بی حرمتی های جنسی و جنایات فجیع علیه کودکان، نوجوانان و زنان، اسم ها و عکس های شناسایی کننده نباید چاپ شود.

۱۵. چنان چه در مرحله آماده سازی مصاحبه و جلسات تدارکاتی، در موارد خاصی بر محرمیت نکاتی، توافق شده، باید محرمانه باقی بمانند .

۱۶. هنگامی که رسانه ها مشغول چاپ نظرسنجی ها و بررسی ها هستند، باید مردم، محل جغرافیایی که بررسی ها و نظر سنجی ها در آن انجام شده اند و هویت حامی نظر سنجی را نشان دهند.

۱۷. از هر گونه امتیاز ویژه یا انگیزهٔ مالی یا به شکلی دیگر، که احتمال بـه وجـود آوردن نزاع بر سر منافع را ایجاد می کند و یا هر گونه رشوه و انگیزه پیـشنهادی بـرای اثـر گذاشتن بر وظایف حرفه یی که بـا تعریـف رسـانه سرشـناس و معتمـد، مـستقل و پاسخگو، هیچ سازگاری ندارد، باید اجتناب شود.

اصولنامهٔ اخلاق ژورنالیستی در ترکیه: [۷]

مقدمه:

با در نظر گرفتن آزادی رسانه ها به عنوان پیش شرط شأن و ارزش انـسانی و دموکراسـی در کشورمان،

به اراده آزادمان سوگند یاد می کنیم که مبارزه می کنیم تا زمانی که بین ماده های دائـم قانون اساسی، این مبنا را قرار دهیم که هیچ شـرایط و مقرراتـی کـه آزادی رسـانه هـا را محدود می کند، نمی تواند تصویب شود،

با در نظر گرفتن آزادی رسانه ها به عنوان ابزاری برای حق مردم (جامعـه) در آگـاهی از حقیقت،

با عقیده داشتن به اینکه مبارزه علیه تمامی محـدودیتهای آشـکار و نهـان کـه هدفـشان جلوگیری از حق مردم در آگاهی از حقیقت است، امری لازم و طبیعی در حفاظـت و ارج نهادن آزادی رسانه ها می باشد،

با به یاد داشتن کاربرد اصلی ژورنالیزم، که پیدا کـردن حقـایق و ابـلاغ و انتقـال آنهـا بـه جامعه بدون تحریف و مبالغه، میباشد،

با تأکید بر مهمترین عزم و قاطیعت شورای رسانه ها، که منع هر گونه مداخله در فعالیت هایش میباشد،

ما ژورنالیست ها، اعلام می کنیم که آیین های ذکر شده مبانی حرفه یی رسانه هـا را بـه عنوان لازمه طبیعی عقاید بنیادین ذکر شده در بالا، رعایت میکنیم .

۱. هیچ شخصی نباید به علت نژادش، جنسیتش، موقعیت اجتماعی و یا عقاید دینیش، در رسانه ها مورد اتهام و یا استهزاء قرار گیرد.

[۷] برگزیده توسط شورای رسانه ها (Basin konseyi) در آپریل ۱۹۸۹

۲. هر چیزی که آزادی فکر، وجدان و بیان را محدود میکنـد و یـا بـه مـوازین اخلاقـی جامعه، احساسات مذهبی و پایه و اساس خانواده، آسیب میرساند و یا اهانت میکند، نباید چاپ و پخش شود.

۳. حرفه ژورنالیستی که برای منفعت عام است نباید به عنوان وسیله یی برای منـافع و فعالیتهای غیر اخلاقی، استفاده شود.

۴. هر چیزی که افراد شخصی و یا دولتی را فراتر از محدوده یک انتقاد بیطرفانه تحقیر کند، مورد استهزاء قرار دهد و یا رسوا و بدنام کند، نباید چاپ شود.

۵. زنده گی شخصی افراد نباید گزارش شود، مگر اینکه در جهت منافع جامعه و عموم، لازم و ضروری باشد.

۶. تمامی تلاش ها باید انجام شود تا اطمینان حاصل شود که داستان های خبری قبل از چاپ و پخش صحت دارند و حقیقت آنها بررسی شده است.

۷. اطلاعاتی که به شرط محرمانه بودن، داده شده اند، نباید چـاپ و پخـش شـود مگـر این که برای منافع جامعه ضروری باشند.

۸. یک محصول رسانه یی که توسط یک وسیله ارتباطی تولید شده، نباید توسـط یـک وسیله ارتباطی دیگر به عنوان محصول خودش، تا زمانی که فرایند پخـش و انتـشار آن کامل نشده، ارائه شود. باید در ذکر منابع تولیدات رسانه یی کـه از شـبکه هـای خبری دریافت شده، دقت شود.

۹. هیچ کس نباید تا زمانی که توسط مقامات قضایی محاکمه و مـتهم شـده، گناهکـار اعلام شود.

۱۰. اقداماتی که توسط قانون جنایتکارانه شناخته می شوند، نبایـد بـدون مـدرک قـانع کننده و منطقی بر این مضمون، به اشخاص نسبت داده شود.

۱۱. ژورنالیست ها باید محرمانه بودن منابع اطلاعات شـان را حفـظ کننـد، بـه اسـتثناء شرایطی که در آن منبع اطلاعاتی عمـداً قـصد گمـراه کـردن جامعـه را بـه دلایـل شخصی، سیاسی، اقتصادی و ..... داشته باشد.

۱۲. ژورنالیست ها باید از روشها و شیوه های که ممکن است برای نام شایسته این حرفه در جمع آوری خبرها زیان بخش باشند، اجتناب کنند.

۱۳. باید از چاپ و پخش مطلبی که به ترویج خـشونت و اسـتفاده از قـوه قهریـه (زور) کمک میکند، خودداری کرد.

۱۴. اعلانها و آگهی های انتفاعی، باید طوری ارائه شوند که جای هیچ شک و شبهه یی در مورد طبیعت حقیقی شان وجود نداشته باشد.

۱۵. ممنوعیت ها در مورد تاریخهای چاپ و پخش باید رعایت شود.

۱۶. رسانه ها باید به حق پاسخگویی و تصحیح برخاسته از اطلاعات فاقد دقت لازم، احترام بگذارند.

پیش نویس اصول اخلاق حرفه یی در ژورنالیزم در ایران: [8]

ضرورت تأمین حق همه گان برای دسترسی آزادانه به اطلاعات و برخورداری از آگاهی های صحیح و ضروری درباره رویدادها و افکار عمومی، برای آزادی مطبوعات و سایر رسانه ها در جوامع معاصر، جایگاه برجسته یی پدید آورده و نقش اجتماعی خبرنگاران را بیش از پیش، مورد توجه قرار داده است. به همین لحاظ، اهمیت حفظ وحراست آزادی مطبوعات و سایر رسانه ها و ایجاد شرایط مطلوب فعالیت خبرنگاران، ایجاب می کند که در فرایند جست وجو، جمع آوری، تهیه و تدوین اخبار و اطلاعات عینی مورد نیاز همه گان وهمچنین انتقال و انتشار آنها، موانع محدودیت وجود نداشته باشند و دست اندرکاران مطبوعات و سایر رسانه های عمومی بتوانند بر اساس آزادی های بنیادی عقیده و بیان و اطلاعات، که آزادی مطبوعات را هم در برمی گیرند و در قوانین اساسی و اسناد حقوقی بین المللی پیش بینی شده اند، وظایف حرفه یی خود را انجام دهند. به بیان روشن تر، حق دسترسی آزادانه همه گان به اطلاعات، از ضرورت شناخت شرایط محیط زنده گی، برای رفع نیازهای اجتماعی و نگهبانی از مصالح و منافع عمومی، سرچشمه گرفته است و تحقق آن، مستلزم آن است که امکانات تأسیس و فعالیت آزاد مطبوعات و سایر رسانه ها، تأمین و تضمین شوند. به همین جهت با توجه به آن که آزادی مطبوعات و حق همه گان برای برخورداری از اطلاعات، با تدارک و اخبار و گزارش های مورد انتقال و انتشار، به وسیله نشریات دوره یی و رسانه های دیگر و از طریق خبرنگاران حرفه یی تحقق می یابند. وظیفه اصلی خبرنگاران آن است که اطلاعات صحیح، جامع و کامل در مورد تمام موضوع ها و مسائل مربوط به نیازهای اجتماعی و منافع و مصالح عمومی، در اختیار مردم بگذارند و به عبارت دیگر، موظفند تمام اطلاعاتی

[8] این پیش نویس در ماه جدی سال ۱۳۸۳ تهیه شده است.
منبع: بانک اطلاعات نشریات کشور www.margin.com

را که شهروندان برای مشارکت فعال در زنده گی یک جامعه مردم سالار به آنها نیاز دارند، آماده سازند و به آنان عرضه کنند.

بنابراین رسالت اجتماعی خبرنگاران، برای آگاهی دهی درباره وقایع و مسائل زندگی جمعی و بازتاب تعامل عقلایی افکار و عقاید همه گانی و تشریح و تفسیر و نقد آنها، بر حق دسترسی آزادانه همه گان به اطلاعات و بر مبنای آن، بر آزادی مطبوعات و سایر رسانه ها، استوار است.

در عین حال، آزادی خبرنگاران برای دستیابی به اخبار و اطلاعات و انتقال و انتشار آنها، ضرورتاً دارای محدودیتهایی است که باید نسبت به رعایت آنها، متعهد و مسؤول باشند. پیش بینی وظایف و مسئوولیت های اجتماعی خبرنگاران در قوانین و مقررات حقوقی و مجموعه های اصول و معیارهای اخلاقی حرفه یی خبرنگاری، به همین منظور، صورت می گیرد. اما در کار پراهمیت خبرنگاران، تحقق وظایف و مسؤولیت های اجتماعی آنان در صورتی امکان پذیر است که شرایط استقلال و شرافت حرفه یی آنها تأمین شده باشند و به این منظور، توجه به حقوق و امتیازهای معنوی و اجتماعی خبرنگاران نیز ضروری است.

حقوق و امتیازهای خبرنگار:

۱. خبرنگار با توجه به رسالت اجتماعی خود باید از حق دستیابی آزادانه به همه منابع خبری و آزادی انجام بررسی ها و پژوهش های ضروری درباره تمام رویدادهای زنده گی عمومی، برخوردار باشد. بنابراین محرمانه بودن امور عمومی یا خصوصی، جز موارد استثنایی مشخص شده از طریق قوانین و مقرارت ملی، نمی تواند در برابر وی مطرح شود.

۲. اصل استقلال عمل تحریریه مطبوعات و سایر رسانه های همه گانی، از امتیازهای معنوی مهم خبرنگاری است و هیچ نوع فشار و اجبار درون سازمانی (از سوی صاحبان و مدیران) یا برون سازمانی (از سوی مقامات دولتی و مؤسسات اقتصادی)، برای اثرگذاری بر چگونه گی مندرجات و محتویات آنها قابل قبول نیست.

۳. خبرنگار حق دارد در انجام کار حرفه یی خویش از پیروی هر شیوه یی که با خط مشی رسمی نشریه یا رسانه دیگر محل کار او پیش بینی شده با پیمان جمعی کار حرفه یی وی، مغایرت داشته باشد، خودداری کند.

۴. خبرنگار را نمیتوان مجبور کرد که بر خلاف اعتقاد و وجدان خود، بـه اقـدامی حرفه یی دست بزند و عقیده یی ابراز دارد. به همین لحـاظ، اعمـال هـر گونـه فشار حرفه یی و سیاسی در مورد چگونه گی فعالیت وی، ممنوع است.

۵. «قید وجدانی» حرفه خبرنگاری، که در قوانین و مقررات مربـوط بـه اسـتقلال این حرفه و یا در اصول اخلاقی آن پیش بینی می شود، مستلزم آن اسـت کـه بتواند در صورت تعطیل، واگذاری یا فروش مؤسسه مطبوعـاتی یـا رسـانه یـی محل کار خود و یا تغییر خط مشی آن، به صورتی که به شرافت حرفه یـی یـا حیثیت اجتماعی او لطمه وارد کند، استعفاء دهد و غرامت دریافت نماید.

۶. استقلال عمل هیأت تحریریه مطبوعات یا رسانه های همه گانی دیگـر ایجـاب می کند که از هر گونه تصمیم مهمی که زنده گی مؤسسه مطبوعاتی یا رسـانه یی محل کار آن را تحت تأثیر قرار می دهد، مطلع شود. ایـن هیـأت پـیش از تصمیم نهایی راجع به هر اقدام مربوط به ترکیب اعضای تحریریه ـ اسـتخدام، اخراج، انتقال و ارتقای خبرنگاران ـ مورد مشورت قرار می گیرد.

۷. مشارکت خبرنگاران در مالکیت و مدیریت مؤسسات مطبوعاتی و رسـانه یـی و موافقت آنان برای انتخـاب مـسؤولان و مـدیران تحریریـه، کـه در بـسیاری از کشورهای جهان اعمال مـی شـود، از لـوازم مهـم و ضـروری اسـتقلال حرفـه خبرنگاری به شمار می آید.

۸. خبرنگار با توجه به نقشها و مسؤولیت های اجتماعی خود، نه تنها حق استفاده پیمان جمعی کار خبرنگاری، بلکه حق برخورداری از قرارداد شخصی تـضمین کننده تأمین مادی و معنوی کار حرفه یی و نیـز دریافـت دسـتمزد مناسـب و منطبق با نقش اجتماعی خویش در جهت حفـظ اسـتقلال اقتـصادی خـود را داراست.

۹. آزادی خبرنگاران برای تأسیس انجمنها و اتحادیه هـای حرفـه یـی، مـشارکت آزادانه در فعالیت های این تشکل ها و برخورداری از حمایتهای صنفی آنها، که در جهت تأمین و تضمین حقوق مادی و معنوی حرفه روزنامه نگـاری صـورت می گیرد، از حقوق مسلم اعضای این حرفه شناخته می شود.

۱۰. تشکیل نهاد مستقل نظارت بـر صـدور کـارت هویـت حرفـه یـی خبرنگـاران، به منظور تعیین سلـسله مراتـب شـغلی و مـسؤولیتها و مقـام هـای تحریریـه یی آنان که بـا همکـاری انجمـن هـا و اتحادیـه هـای خبرنگـاری از یـک سـو و ســازمان هــای صــنفی صــاحبان و مــدیران مؤســسات مطبوعــات و رســانه‌یــی از ســوی دیگــر، اداره مــی گــردد از حقــوق مهــم خبــرنگــاران محسوب می شود.

۱۱. کمک مؤسسات مطبوعاتی و مؤسسات رسانه یی دیگـر بـه آمـوزش تخصـصی خبرنگاران و شرکت دادن منظم و پیاپی آنان در دوره های بازآموزی حرفه یی، که معمولاً در پیمانهای جمعی کار اعضای هیأت تحریریه هم پیش بینـی مـی شود، باید برای پیشرفت سطح کیفی فعالیـت خبرنگـاری مـورد حمایـت قـرار گیرد.

۱۲. حمایت از حقوق آفریننده گی فکری خبرنگاران، که معمولاً در قوانین موضوعه مربوط به حقوق مؤلف و مالکیت معنوی و در پیمان هـای جمعـی کـار حرفـه خبرنگاری نیز بر آن تأکید می گردد، باید در تأمین و تضمین حقـوق مـادی و معنوی آنان در این زمینه، طرف توجه خاص واقع شود.

۱۳. ارج گذاری به مشارکت زنان در کار حرفه یی خبرنگـاری، مقابلـه بـا هرگونـه تبعـیض در اسـتخدام و ارتقـای شـغلی خبرنگـاران زن، تـشویق و گـسترش همکاری آنان، با هیأت های تحریریه مطبوعات و سـایر رسـانه هـا بـه تقویـت استقلال این حرفه کمک می کند.

۱۴. برای تأمین و حفظ آزادی و اسـتقلال حرفـه خبرنگـاری، حمایـت حقـوقی از امنیت و آسایش شغلی خبرنگاری و جلوگیری از تهدید جسمی و جـانی آنـان، از طریق قوانین ملی و مقررات حقوقی منطقه یی و بین المللی، اهمیت فراوان دارد.

۱۵. اصول اخلاقی مندرج در این میثاق از منابع عمده تصمیم گیری شـورای عـالی رسانه ها ورسیده گی به تخلفات اخلاقی و حرفه یی خبرنگاری است.

۱۶. این میثاق به تأیید اعضای حرفه خبرنگاری و نهادهای حرفه یی و صنفی آنهـا می رسد و شورای عالی رسانه ها مسؤول نظارت بر اجرای آن است.

۸. آزادی و استقلال حرفه خبرنگاری مستلزم آن است که خبرنگار از قبول هر گونه فشار و تهدید برای انتشار یا عدم انتشار مطالب و یا تغییر محتویات آنها، خودداری کند و همیشه از خط مشی عمومی هیأت تحریریه و اصول شرافت حرفه یی خویش، تبعیت نماید.

۹. خبرنگار باید کمک به برخورداری همه گان از اخبار و اطلاعات صحیح و مؤثر، هر مطلب منتشر شده یی را که نادرستی آن مشخص می شود، تصحیح کند و به حق جواب خواننده گان وافراد ذی نفع در مورد مندرجات و محتویات نشریات و سایر رسانه ها، احترام بگذارد.

۱۰. احترام به استقلال و حاکمیت ملی، نظم وامنیت عمومی و همچنین آسایش، سلامت وآرامش روانی جامعه و دفاع از منافع و مصالح همه گانی و حراست نهادهای قانونی حکومت مردمی، از وظایف اجتماعی مهم خبرنگار بشمار می روند.

۱۱. خبرنگار باید به اصول دینی و معتقدات مذهبی، آداب و سنن قومی و ملی، مبانی اخلاق حسنه و عفت عمومی، همیشه احترام بگذارد و هر گونه گرایش به تبعیض جنسیتی، نژادی، عقیدتی و قومی و تبلیغ خصومت آمیز در این زمینه ها و همچنین تشویق و تحریک به جنگ تجاوز کارانه و توسعه طلبانه نسبت به کشورهای دیگر، خودداری کند.

۱۲. کوشش در راه حفظ صلح و آرامش بین المللی و همزیستی مسالمت آمیز ملتها، مقابله با گسترش وسایل و ادوات کشتار جمعی، مانند سلاح های هسته ای و شیمیایی و میکروبی، جلوگیری از آلوده گی محیط زیست و مبارزه علیه سلطه فرهنگی و ارتباطی جهانی از رسالت های مهم خبرنگاری است.

۱۳. خبرنگار باید برای پاسداشت ارزشهای جهانی بشریت و از جمله اصول دموکراسی، حقوق بشر، آزادی های بنیادی، حق توسعه سیاسی، اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی کشورها و پشتیبانی از جنبشهای آزادی بخش و همچنین گوناگونی زبان ها و فرهنگها، احترام خاص قائل شود و برای تنش زدایی در روابط منطقه یی و بین المللی و کمک به گفت و گوی فرهنگها و تمدنها، از هیچ کوششی دریغ نورزد.

وظایف و مسئوولیت های خبرنگار:

۱. خبرنگار برای کسب آگاهی در مورد وقایع و مسائل اجتماعی و تشریح و تحلیل و نقد و تفسیر آزادانه آنها، بر مبنای حق همه گان برای شناخت حقایق، باید به واقعیتهای عینی توجه کند و اخبار و اطلاعات صحیح ودقیق و مقاله ها و تفسیرهای منطقی و منصفانه در اختیار خواننده گان بگذارد.

۲. در کار خبرنگاری، خبر باید به منزله یک خدمت اجتماعی و نه یک کالای بازرگانی، نگریسته شود. به همین جهت، خبرنگار در انجام وظایف حرفه یی خویش نه تنها در برابر صاحبان و مدیران مطبوعات، بلکه در مقابل جمع وسیع خواننده گان و منافع و مصالح عمومی جامعه نیز مسئوولیت دارد و این مسئوولیت اجتماعی ایجاب می کند که در شرایط و اوضاع و احوال مختلف، همیشه بر اساس وجدان اخلاقی خاص خود عمل نماید.

۳. خبرنگار باید به صحت عمل حرفه یی خویش توجه ویژه داشته باشد و تنها اخبار و اطلاعاتی را که منشاء و منبع آنها مشخص است، منتشر کند و در صورت لزوم قید رعایت احتیاط نسبت به صحت آنها را نیز یادآور شود.

۴. سرقت ادبی، مخدوش ساختن متنها و سندها و حذف اطلاعات اساسی مربوط به رویدادها، باید درکار خبرنگاری همیشه مذموم و مطرود باشند و برای به دست آوردن اخبار و اسناد و عکسها، شیوه های نادرست و غیرقانونی، بکار گرفته نشوند.

۵. خبرنگار وظیفه دارد، زمان دقیق انتشار اخبار و گزارش ها یا تفسیرها و مقاله هایی را که طبق تصمیم دست اندرکاران و افراد ذیربط آنها باید در ساعت ها یا روزهای آینده منتشر شوند، رعایت کند واز چاپ و پخش پیش از موقع آنها، پرهیز نماید.

۶. شرافت حرفه یی خبرنگار ایجاب می کند که از پذیرش هر گونه پاداش مادی غیرقانونی و نامشروع، برای پیشبرد مقاصد خصوصی مغایر با منافع و مصالح عمومی، خودداری کند.

۷. رسانه موظف است شغل خبرنگاری را با کار بازرگانی یا فعالیت تبلیغ سیاسی، به هم نیامیزد و از آگهی دهنده گان هیچ دستور و پاداش مستقیم یا غیر مستقیمی نپذیرد.

۱۴. احترام به حیثیت شخصی و حریم خصوصی افراد، خودداری از توهین و تهمت و افترا نسبت به اشخاص، حمایت خاص از حقوق زنان، کودکـان و نوجوانـان و جلب کمک به سالمندان و نیازمندان از وظایف مهـم خبرنگـاران مـحـسوب می شوند.

۱۵. خبرنگار موظف است ضـمن دفـاع از آزادی خبـر و تفـسیر و انتقـاد، اسـرار حـرفه یی خود را حفظ کند و از افـشای اطلاعـات و اخبـاری کـه بـه صـورت محرمانه به دست می آورد، به جز مواردی که بـا حکـم دادگـاه مـشخص مـی شوند، خـودداری نماید.

پیوست ۲
قانون رسانه‌های همه‌گانی

۵. رعایت اصل آزادی بیان و رسانه های همگانی مسجل در اعلامیه جهانی حقوق بشر با نظرداشت دین مقدس اسلام.
۶. کمک بمنظور رشد سالم رسانه های همگانی به نحوی که بتوانند و سایل موثر نشر نقافت در کشور بوده، نظریات مردم، را مطابق با معیارها، اصول وارزش های ژورنالیستی (صداقت، بی طرفی و توازن)، انعکاس دهند.

اصطلاحات:

ماده سوم:

اصطلاحات آتی در این قانون دارای مفاهیم ذیل می باشند:

۱. رسانه: وسیله یا آله انتقال پیام، معلومات و اطلاعات با استفاده از وسایل آتی می باشد:
   - رسانه برقی: رادیو، تلویزیون، شبکه کیبلی و انترنت.
   - رسانه چاپی: روز نامه، جریده (هفته نامه، نشریه پانزده روزه، ماهنامه،مجله، گاهنامه، فصلنامه، پوستر و بلوتن).
   - آژانس خبر رسانی.

۲. رسانه های همگانی در این قانون به انواع ذیل تقسیم میگردند:
   - رسانه عامه: رسانه است که متعلق به عامه مردم بوده، از طریق دولت و اعلانات تمویل و تجهیز میگردد.
   - رسانه خصوصی: رسانه است که متعلق به سازمانهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بوده و از طرف آنها تجهیز و تمویل میگردد.
   - رسانه شخصی: رسانه است که از طرف افراد حقیقی تجهیز و تمویل میگردد.

۳. ژورنالیست: شخصی حرفه یی و مسلکی است که از طریق رسانه ها، مواد و محتوای نشراتی را ایجاد و عرضه می نماید.
۴. مطبعه: دستگاه اقتصادی و تخنیکی است که به طبع روز نامه، مجله، کتاب، جریده، ابلاغیه، رساله، اعلان، پوستر، تقویم پست کارت و نظایر آن میپردازد.

قانون رسانه های همگانی
۱۳۸۴ هجری خورشیدی

فصل اول
احکام عمومی

مبنی

ماده اول:

این قانون به تاسی از حکم ماده سی چهارم قانون اساسی و رعایت ماده نزدهم اعلامیه جهانی حقوق بشر، به منظور تامین حق آزادی فکر و بیان و تنظیم فعالیت رسانه های همگانی در کشور وضع گردیده است.

هدف

ماده دوم:

اهداف این قانون عبارت اند از:

۱. حمایت و تضمین حق آزادی فکر و بیان.
۲. حمایت از حقوق ژور نالیستان و تامین شرایط فعالیت آزاد رسانه ها.
۳. ترویج و انکشاف رسانه های همگانی آزاد، مستقل و کثرت گرا.
۴. فراهم نمودن زمینه مناسب برای اظهارفکر و احساس اتباع کشور توسط گفتار، نوشته، رسم، تصویر، ثبت روی نوار، تمثیل، حرکت و سایر پدیده های علمی، ادبی، هنری و طبع و نشر.

۵. طابع: شخص حقیقی یا حکمی است که به اساس ملکیت یا نمایندگی مالک، متصدی بالفعل امور مطبعه باشد.
۶. ناشر: شخص حقیقی یا حکمی است که اجازه طبع و نشر آثار غیر موقوت را دارا میباشد.
۷. نشر: عملیه انتقال پیام و خبر از طریق رسانه های همگانی است.
۸. موسسه نشراتی: شخصیت حکمی انتفاعی است که به اساس اساسنامه تاسیس و نشرات رسانه های برقی، چاپی، موقوت و غیر موقوت را مطابق بـه اهـدافش نشر و پخش مینماید.
۹. نهاد آموزشی ژورنالیزم: نهادی است که به صورت کوتاه مدت یا دراز مدت بـه آموزش مسلکی ژورنالیزم می پردازد.
۱۰. دارالترجمه: موسسه حکمی انتفاعی است که طبق اساسنامه، حق دارد مطالب و مضامینی را از زبانی به زبان دیگر ترجمه کند.
۱۱. شرکت تبلیغات و اعلانات: شخصیت حکمی تجارتی است که مطابق اساسـنامه به تبلیغات و اعلانات می پردازد.
۱۲. کاپی رایت: داشتن حق مالکیت معنوی و امتیاز انتشارات ثبت شده است کـه در مطابقت به معیار های قبول شده توسط مقرره جدا گانه تنظیم می شود.
۱۳. صاحب امتیاز: شخص حقیقی یا حکمی است که به تأسیس و تدویر رسانه های برقی، چاپی، آژانس خبر رسانی، نهاد های آموزش ژورنـالیزم، مطبعـه، مؤسـسه نشراتی، دارالترجمه و شرکت تبلیغات و اعلانات می پردازد.
۱۴. مدیر مسوول: شخص است که طور بالفعل، مسوولیت امور نـشراتی مربـوط بـه وسایل مندرج جزء (۱۳) این ماده را به عهده دارد.
۱۵. رادیو: وسیله ارتباط همگانی سمعی است.
۱۶. تلویزیون: وسیله ارتباط همگانی سمعی و بصری است.
۱۷. شبکه کیبلی: رسانه همگانی سمعی و بصری است کـه برنامـه هـای گونـاگون اطلاعاتی، تعلیمی، تربیتی، فرهنگـی و تفریحـی ملـی و بـین المللـی را بـرای مشترکین عرضه کند.

فصل دوم
حقوق و مکلفیت ها

آزادی فکر و بیان

ماده چهارم:

۱. هر شخص حق آزادی فکر و بیان را دارد. طلـب، حـصول و انتقـال معلومـات، اطلاعات و نظریات در حدود احکام قانون بدون مداخله و محـدودیت از طـرف مسوولین دولتی، شامل این حق است. این حق در بر گیرنده فعالیت آزاد وسایل پخش، توزیع و در یافت معلومات نیز میباشد.
۲. دولت آزادی رسانه های همگانی را حمایت، تقویه و تضمین می نماید.

هـیچ شـخص حقیقـی یـا حکمـی بـشمول دولـت و ادارات دولتـی نمـی توانـد فعالیـت آزاد رسـانه هـای خبـری یـا معلومـاتی را منـع، تحـریم، سانـسور یـا محـدود نمـوده ویـا طـور دیگـری در امـور نـشرات رسـانه هـای همگـانی و معلومـاتی مداخلـه نمایـد، مگـر مطابق احکام این قانون.

مطالبه معلومات

ماده پنجم:

هر شخص حق دارد، معلومات را طلب و در یافت نماید. دولت بنابر تقاضای اتبـاع کـشور، معلوماتی را که مطالبه می شود، فراهم مینماید، مگر اینکه معلومات مطالبه شده راز محرم بوده، افشای آن امنیت، منافع ملی و تمامیت ارضی کشور را به خطر مواجه سـازد و یـا بـه حقوق دیگران صدمه وارد مینماید.

حمایت قانونی

ماده ششم:

۱. ژورنالیستان در اجرای فعالیت های مسلکی مربوط به شمول نشر گزارش هـا و نظریات انتقادی مورد حمایت قانونی قرار می گیرند.
۲. ژورنالیستان حق دارند از افشای منابع معلوماتی شان، خـود داری نماینـد، مگـر اینکه محکمه ذیصلاح در مورد افشای آن حکم نموده باشد.

تشکیل صنفی

ماده هفتم:

ژورنالیستان و سایر اعضای رسانه های همگانی می توانند به منظور دفاع از منابع صنفی مربوط مطابق احکام قانون، اتحادیه ها، انجمن ها و کانون های مستقل صنفی را ایجاد نمایند.

فعالیت رسانه های مؤسسات خارجی

ماده هشتم:

۱. اتباع کشور می توانند رسانه های همگانی مندرج ماده سوم را مطابق احکام این قانون تأسیس نمایند.
۲. نماینده گی های سیاسی خارجی در افغانستان با رعایت موازین دیپلوم ماتیک میتوانند به طبع و نشر بلوتن خبری بپردازند.
۳. نماینده گی های مؤسسات بین المللی و بین الحکومتی میتوانند در ساحات کار شان با کسب موافقت وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم به نشر و پخش نشرات موقوت و غیر موقوت بپردازند.
۴. موسسات غیر دولتی خارجی (N.G.O.S) که مطابق احکام قانون تأسیس شده باشند میتوانند در ساحه کار تخصصی شان بعد از کسب اجازه وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم به مدیریت مسؤولی اتباع افغانستان، به نشر نشرات موقوت و غیر موقوت بپردازند.

داشتن اساسنامه

ماده نهم:

رسانه های همگانی، مطابع، مؤسسات نشراتی، نهاد های آموزشی ژورنالیزم، دارالترجمه ها، شرکتهای تبلیغات و اعلانات مکلف اند، فعالیت های خویش را در اساسنامه مربوط که در بر گیرنده اهداف، وظایف، صلاحیت ها، تشکیل، تمویل و منبع مالی باشد، تنظیم نمایند.

امور مالی رسانه ها

مادهٔ دهم:

منابع تمویل و مصارف رسانه های همگانی، علنی وشفاف می باشد. وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم به منظور ثبت عواید ومصارف وسایر امور مربوط آن، طرز العمل جداگانه را وضع می نماید.

فراهم نمودن تسهیلات:

ماده یازدهم:

وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم به منظور تحقق فعالیت آزاد ورسانه های همگانی داخلی و خارجی تسهیلات ممکنه را فراهم مینماید.

فصل سوم

رسانه های چاپی و برقی

تأسیس رسانه های چاپی

ماده دوازدهم:

۱. اتباع کشور، احزاب سیاسی، سازمانهای اجتماعی، مؤسسات غیر دولتی داخلی و پناه گزینان کشور های خارجی، میتوانند مطابق احکام این قانون رسانه های چاپی را تأسیس نمایند.
۲. رسانه های چاپی مندرج جز دوم ماده سوم این قانون بدون ثبت قبلی تأسیس و نشر شده میتوانند. در صورتیکه نشریه قبل از ثبت، نشر گردیده باشد، صاحب امتیاز مکلف است در مدت دو هفته نشریه خود را طبق احکام این قانون ثبت نماید.

صاحب امتیاز و مدیر مسؤول

ماده سیزدهم

هر رسانه چاپی مطابق احکام این قانون، دارای صاحب امتیاز و مدیر مسؤول میباشد.

داشتن آدرس

ماده چهاردهم:

رسانه چاپی، حاوی اسم نشریه، آدرس مشخص، نام و محل چاپخانه، نام صاحب امتیاز و مدیر مسؤول و تاریخ نشر آن میباشد.

درج شهرت در اثر

ماده پانزدهم:

درج شهرت صاحب اثر و امضای وی در اصل نسخه حتمی میباشد.

تأسیس دستگاه ها و رسانه های برقی

ماده شانزدهم:

اتباع کشور، احزاب سیاسی، سازمانهای اجتماعی، مؤسسات شخصی، تشبثات خصوصی و ادارات دولتی میتوانند طبق احکام این قانون، دستگاه ها و رسانه های برقی را تأسیس نمایند.

فصل چهارم

مطابع

تأسیس مطبعه

ماده هفدهم:

اتباع کشور، احزاب سیاسی، سازمان های اجتماعی، شرکت ها و مؤسسات غیر دولتی داخلی و خارجی و ادارات دولتی میتوانند مطابق احکام این قانون به تأسیس مطبعه اقدام نمایند، مشروط بر اینکه جواز فعالیت را از وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم کسب نمایند.

انتقال ملکیت

ماده هجدهم:

انتقال ملکیت مطبعه مجاز است ملکیت مطبعه به شخصی انتقال شده میتواند که واجد شرایط مندرج ماده (۲۵) این قانون باشد.

حتمی بودن مدیریت

ماده نزدهم:

آغاز فعالیت مطبعه و ادامه کار آن، بدون داشتن صاحب امتیاز و مدیر مسؤول جواز ندارد.

فصل پنجم

شرایط و مکلفیت های صاحب امتیاز

شرایط صاحب امتیاز

ماده بیستم:

صاحبان امتیاز رسانه های همگانی، مطابع، موسسات نشراتی، نهاد های آموزشی ژورنالیزم، دارلترجمه ها و شرکت های تبلیغات و اعلانات واجد شرایط ذیل می باشند:

۱. اشخاص حقیقی:
- داشتن سند تابعیت کشور.
- اکمال سن هجده سالگی.
- محروم نبودن از حقوق مدنی وسیاسی به اساس حکم محکمه با صلاحیت.

۲. اشخاص حکمی.
- ثبت هویت و راجستر در ادارات ذیربط دولتی.
- تثبیت هویت افغانی توسط ادارات ذیربط مسؤول. اشخاص مندرج فقره های (۳،۲) ماده هشتم این قانون از این امر مستثنی اند.
- محروم نبودن از حقوق مدنی و سیاسی به اساس حکم محکمه با صلاحیت.

ثبت رسانه ها

ماده بیست ویکم:

صاحبان امتیاز رسانه های برقی، چاپی، آژانس ها، نهادهای آموزشی ژورنالیزم، موسسات نشراتی، مطابع، دارالترجمه ها و شرکت های تبلیغات و اعلانات واجد شرایط مندرج مواد (۲۳، ۲۸) این قانون مکلف اند، رسانه ها و نهاد های خود اعم از برقی و چاپی را مطابق احکام مندرج این قانون در وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم ثبت نمایند.

مجاز است. ملکیت یا حق به شخصی انتقال یافته میتواند که واجد شرایط مندرج این قانون باشد.

۲. در صورت وفات یا از دست دادن اهلیت حقوق صاحب امتیاز، در مورد ملکیت مادی ومعنوی مطابق احکام قانون مدنی واین قانون اجراآت می گردد.
۳. در صورت وفات یا از دست دادن اهلیت حقوقی صاحب امتیاز، ملکیت معنوی او به شخصیکه ورثه به وی توافق داشته وواجد شرایط مندرج احکام مواد (۲۳ و ۲۸) این قانون باشد، انتقال می نماید.

فصل ششم

شرایط و مکلفیت های مدیر مسؤول

شرایط مدیر مسؤول

ماده بیست وپنجم:

شخصی بحیث مدیر مسؤول تعین شده میتواند که واجد شرایط ذیل باشد:

۱. داشتن سند تابعیت کشور.
۲. اکمال سن هجده سالگی.
۳. داشتن سند تحصیلات مسلکی یا تجربه مسلکی سه ساله.
۴. محروم نبودن از حقوق مدنی به حکم محکمه با صلاحیت.
۵. نداشتن ماموریت رسمی دولتی، مگر اینکه نشریه مربوط دولت باشد.

مسؤولیت از نشر مضامین:

ماده بیست و ششم

مدیر مسؤول با در نظرداشت احکام این قانون از نشر مضامین و محتویات رسانه مربوط مسؤول میباشد.

رعایت حقوق انتقاد کننده و انتقاد شونده:

ماده بیست وهفتم:

مدیر مسؤول مکلف است تساوی حقوق انتقاد کننده و انتقاد شونده را در رسانه مربوط رعایت نماید.

ارائه معلومات غرض ثبت رسانه ها:

ماده بیست و دوم:

۱. صاحبان امتیاز رسانه ها، مطابع، موسسات نشراتی، نهاد های آموزشی ژورنالیزم، دارالترجمه ها و شرکت های تبلیغات و اعلانات مکلف اند بیانامه حاوی معلومات ذیل را به خاصر ثبت، به وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم تقدیم نمایند:
   - شهرت مکمل.
   - نوع فعالیت.
   - اسم و محل فعالیت.
   - هدف و مرام فعالیت.
   - منبع تمویل واندازه سرمایه.
۲. برای رسانه های برقی، مطابع، آژانس ها، نهاد های آموزشی ژورنالیزم، موسسات نشراتی و شرکت های تبلیغات واعلانات تثبیت کمیت و کیفیت ماشین آلات و تجهیزات و برای رسانه های چاپی، تیراژ، زبان، نوع محتوای نشراتی، موعد چاپ قطع و صحافت قبل از ثبت، حتمی میباشد.

حق مراجعه به محکمه:

ماده بیست وسوم:

هر گاه صاحب امتیاز، تصمیم وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم را مبنی برعدم ثبت یا صدور جواز، مغایر احکام قانون بداند، میتواند به کمیسیون بررسی شکایات و تخلفات از مندرج قانون رسانه های همگانی مراجعه نماید، در صورت عدم قناعت، حق دارد به پیشگاه محکمه اقامه دعوی کند.

انتقال ملکیت و امتیاز:

ماده بیست و چهارم:

۱. انتقال ملکیت و امتیاز فعالیت رسانه های همگانی، مطابع، موسسات نشراتی، نهاد های آموزشی ژورنالیزم، دارالترجمه ها و شرکت های تبلیغات واعلانات

- ارائه مشوره های تخنیکی به گرداننده گـان رسـانه هـای همگـانی خصوصی و شخصی.

۲. اعضای کمیسیون رسانه های خصوصی و شخصی مستحق مبلغ حق الحـضور مناسب می باشند که از بودجـه وزارت اطلاعـات، فرهنـگ و تـوریزم پرداختـه میشود.

۳. طرز کار و فعالیت کمیسیون رسانه های خصوصی و شخصی توسط طرز العمل تنظیم میگردد.

کمیسیون رادیو تلویزیون ملی افغانستان:

ماده سی ام:

۱. به منظور تنظیم بهتر امور رادیو تلویزیون ملی، کمیسیون ملی رادیو و تلویزیون به ترکیب (۹) عضو برای مدت چهار سال ایجاد می گردد.

۲. اعضای کمیسیون مندرج فقره (۱) این مـاده بـا نظـر داشـت تـوازن قـومی و جنسیت متشکل از یک تن عالم دین، یـک تـن حقوقـدان، یـک تـن انجینیـر مسلکی، دوتن ژور نالیست، و تن هنر مند، یک تاجر ملـی و یـک تـن نماینـده جامعه مدنی می باشد.

۳. رئیس کمیسیون از میان اعضای و توسط خود شان انتخاب می شود.

۴. کمیسیون مندرج فقره (۲) این مـاده دارای وظـایف و صـلاحیت هـای ذیـل میباشد.

- پیشنهاد تقرر وعزل رئیس عمومی رادیو و تلویزیـون ملـی بـه مقـام ریاست جمهوری.
- تائید مسؤولان ریاست های رادیو و تلویزیون ملی به پیشنهاد رئیس عمومی رادیو و تلویزیون ملی.
- حفظ استقلال، بیطرفی و حیثیت مسلکی رادیو و تلویزیون ملی.
- ترتیب و پیشنهاد بودجه رادیو و تلویزیون ملی.
- نظارت بر امور مالی، اداری ونشراتی رادیو و تلویزیون ملی.

فصل هفتم

ایجاد کمیسیون ها

شورای عالی رسانه ها:

ماده بیست و هشتم:

۱. به منظور طرح و تدوین پالیسی رسانه ای، شورای عالی رسـانه هـا بـه ترکیـب وزیر مخابرات، نماینده ستره محکمه و دو نفر نماینده ازکمیسیون های مربـوط پارلمان به ریاست وزیر اطلاعات، فرهنگ و توریزم برای مدت پنج سال ایجـاد میگردد.

۲. شورای عالی رسانه ها دارای وظایف صلاحیت های ذیل می باشد:

- طرح و تصویب پالیسی دراز مدت رسانه ای.
- تعین اعضای کمیسیون های رسـانه هـای خـصوصی، وشخـصی، رادیـو تلویزیون ملی افغانستان و آژانس اطلاعاتی باختر از میان شخصیت هـای مسلکی، مستقل و دارای شهرت نیک.

۳. طرز کار وفعالیت شورای عالی رسانه ها توسط طرزالعمل تنظیم میگردد.

کمیسیون رسانه های خصوصی وشخصی:

ماده بیست و نهم:

۱. به منظور تنظیم بهتر فعالیت رسانه های شخصی و خصوصی، کمیسیون رسـانه های خصوصی، و شخصی به ترکیب (۷) نفر عضو از میـان شخـصیت هـای مسلکی بی طرف بانظر داشت ترکیب قومی و جنسیتی برای مدت چهـار سـال ایجاد گردیده وو ظایف ذیل را انجام میدهند:

- بررسی در خواست متقاضیات رسانه های برقی و ارسال دوسیه های آنها غرض ثبت و اعطای جواز به وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم بعد از تعین فریکونسی به موافقه وزارت مخابرات.
- نظارات از اجراآت رسانه ها.
- رسیدگی به شکایات رسانه ها.
- احاله تخلفات به کمیسیون بررسی شکایات.

- ارائه گزارش سالانه از فعالیت های رادیو و تلویزیون ملی به شورای عالی رسانه ها.
- مذاکره با حکومت و نهاد های مدنی و منابع کمک کننده برای جذب کمک ها و تکمیل بودجه سالانه.
- نظارت از تطبیق احکام اساسنامه رادیو و تلویزیون ملی و قوانین مربوط.
- نظارت از تطبیق پالیسی نشراتی تعیین شده از سوی شورای عالی رسانه ها به نحوی که ممثل تنوع قومی، زبانی و فرهنگ همه مردم افغانستان باشد.

۵. اعضای کمیسیون رادیو تلویزیون ملی افغانستان مستحق معاش مناسب می باشند که از بودجه وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم پرداخته می شود.

کمیسیون آژانس باختر:

ماده سی ویکم:

۱. به منظور تنظیم بهتر امور آژانس اطلاعاتی باختر، کمیسیونی به ترکیب سه عضو برای مدت چهار سال ایجاد می گردد که اعضای آن متشکل از یک تن حقوقدان، یک تن انجینیر مسلکی و یک تن ژورنالیست میباشد.

۲. کمیسیون مندرج فقره (۱) این ماده دارای صلاحیت های ذیل میباشد:

- پیشنهاد تقرر و عزل رئیس عمومی آژانس اطلاعاتی باختر به مقام ریاست جمهوری.
- تائید مسؤولان ریاست های آژانس باختر به پیشنهاد رئیس عمومی آژانس.
- حفظ استقلال، بیطرفی و حیثیت مسلکی آژانس باختر.
- نظارت از امور مالی، اداری و نشراتی آژانس باختر.
- ترتیب و پیشنهاد بودجه.
- تصویب اهداف نشراتی.

- ارائه گزارش سالانه از فعالیت های آژانس باختر به شورای عالی رسانه ها.
- مذاکره با حکومت و نهاد های مدنی و منابع کمک کننده، بمنظور جذب کمک ها.
- نظارت از تطبیق پالیسی نشراتی تعیین شده از سوی شورای عالی رسانه ها.

۳. اعضای کمیسیون آژانس باختر مستحق معاش مناسب می باشند، که از بودجه وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم پرداخته می شود.

کمیسیون بررسی شکایات و رسیدگی به تخلفات رسانه ای:

ماده سی و دوم:

۱. بمنظور بررسی شکایات و رسیدگی به تخلفات رسانه ای، کمیسیون بررسی شکایات و رسیدگی به تخلفات رسانه ای به ترتیب وزیر اطلاعات، فرهنگ و توریزم بحیث رئیس، رئیس پوهنحی ژورنالیزم، نماینده وزارت عدلیه، نماینده اکادمی علوم افغانستان، نماینده کمیسیون مستقل حقوق بشر افغانستان، نماینده اتحادیه حقوق دانان افغانستان، نماینده صنفی ژورنالیستان، نماینده اتحادیه سینما گران افغانستان و نماینده تشکل های صنفی زنان بحیث اعضاء.

۲. اعضای کمیسیون بررسی شکایات ورسیدگی به تخلفات رسانه ای مندرج فقره (۱) این ماده توسط مراکز و نهاد های مربوط معرفی می شوند.

۳. تخلفات را رسیدگی مینماید. هر گاه تخلف ثابت گردد، کمیسیون میتواند حسب احوال متخلف را به عذر خواهی مکلف نموده یا توصیه کتبی یا اخطاریه رسمی را به وی سادر نماید. در صورتیکه تخلف ایجاب تعقیب عدلی را نماید، موضوع غرض رسیدگی به مراجع عدلی محول میشود.

۴. اعضا ی کمیسیون بررسی شکایات ورسیدگی به تخلفات رسانه ای مستحق مبلغ حق الحضور مناسب می باشند، که از بودجه وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم پرداخته می شود.

فصل هشتم

احکام جزایی

نشر مطالب ممنوع

ماده سی وسوم:

نشر مطالب ذیل در رسانه همگانی جواز ندارد:

- مطالبیکه مغایر با احکام دین مقدس اسلام و توهین به سایر ادیان و مذاهب باشد.
- مطالبیکه موجب هتک حرمت و افترا به اشخاص گردد.
- تبلیغ خشونت، جنگ و سایر مواردیکه مخالف احکام قانون اساسی بوده یا قانون جزا آن را جرم دانسته باشد.
- افشای هویت و تصاویر قربانیان خشونت و تجاوز، به نحوی که به حیثیت اجتماعی آنان صدمه وارد نماید.

مسؤولیت صاحب امتیاز:

ماده سی و چهارم:

صاحب امتیاز در صورتی مسؤول شناخته میشود که مخالف احکام این قانون عمل نماید.

جریمه ها:

ماده سی و پنجم:

۱. اشخاص حقیقی یا حکمی که بدون رعایت احکام این قانون به تاسیس و تدویر رسانه های همگانی، مطابع، مؤسسات نشراتی، نهاد های آموزشی ژورنالیزم، دارالترجمه ها و شرکتهای تبلیغات و اعلانات در قلمرو افغانستان بپردازند، طور ذیل جریمه نقدی را پرداخته و در خلال دو هفته مکلف به ثبت آنها میباشد.

۱) هرگاه موسس و تدویر کننده شخص حقیقی باشد، به ترتیب ذیل جریمه میگردد:

- تلویزیون، مبلغ پنجاه هزار (۵۰۰۰۰) افغانی.
- رادیو، مبلغ سی هزار (۳۰۰۰۰) افغانی.

- آژانس، مبلغ سی هزار (۳۰۰۰۰) افغانی.
- شبکه کیبلی، مبلغ یکصد هزار (۱۰۰۰۰۰) افغانی.
- نشرات چاپی، مبلغ ده هزار (۱۰۰۰۰) افغانی.
- مطبعه، مبلغ پنجاه هزار (۵۰۰۰۰) افغانی.
- مؤسسه نشراتی، مبلغ پنجاه هزار (۵۰۰۰۰) افغانی.
- دارالترجمه، مبلغ بیست هزار (۲۰۰۰۰) افغانی.
- شرکتهای تبلیغات و اعلانات، مبلغ یکصد هزار (۱۰۰۰۰۰) افغانی.
- نهاد آموزشی ژورنالیزم مبلغ پنجاه هزار (۵۰۰۰۰) افغانی.
- کتاب و رساله مبلغ ده هزار (۱۰۰۰۰) افغانی.

۲) هر گاه مؤسس و تدویر کننده شخص حکمی باشد، به ترتیب ذیل جریمه میگردد:

- تلویزیون، مبلغ شصت هزار (۶۰۰۰۰) افغانی.
- رادیو، مبلغ چهل هزار (۴۰۰۰۰) افغانی.
- آژانس، مبلغ چهل هزار (۴۰۰۰۰) افغانی.
- شبکه کیبلی، مبلغ یکصدو بیست هزار (۱۲۰۰۰۰) افغانی.
- نشرات چاپی، مبلغ دوازده هزار (۱۲۰۰۰) افغانی.
- مطبعه، مبلغ شصت هزار (۶۰۰۰۰) افغانی.
- مؤسسه نشراتی، مبلغ شصت هزار (۶۰۰۰۰) افغانی.
- دار الترجمه، مبلغ سی هزار (۳۰۰۰۰) افغانی.
- شرکتهای تبلیغات و اعلانات، مبلغ یکصد و بیست هزار (۱۲۰۰۰۰) افغانی.
- نهاد آموزشی ژورنالیزم، مبلغ شصت هزار (۶۰۰۰۰) افغانی.
- کتاب و رساله، مبلغ دوازده هزار (۱۲۰۰۰) افغانی.

۲. هر گاه اشخاص حقیقی یا حکمی مندرج فقره (۱) این ماده بعد از سپری شدن مدت دوهفته به ثبت اقدام ننماید، رسانه های همگانی، مطابع، مؤسسات نشراتی، نهادهای آموزشی ژورنالیزم، دارالترجمه ها و شرکت های تبلیغات و اعلانات مربوط مسدود می گردند.

سلب امتیاز

ماده سی و ششم:

۱. اشخاص حقیقی یـا حکمـی کـه رسـانه ای را در وزارت اطلاعـات، فرهنـگ و توریزم ثبت می نمایند، در صورتیکه از تاریخ ثبت الی مـدت (۹) مـاه فعالیـت نشراتی را آغاز ننماید، امتیاز آنها سلب می گردد.

۲. هر گاه صاحب امتیاز بعد از آغاز نشرات، فعالیـت نـشراتی خـود را توقـف دهـد ومدت (۹) ماه، مجدداً به فعالیت نشراتی آغاز ننماید، امتیاز وی سلب میگـردد. در صورت فعالیت مجدد، مکلف به طی مراحل مـوارد منـدرج مـواد (۲۳، ۲۸) این قانون می باشد.

۳. مطابع، مؤسـسات نـشراتی، نهـاد هـای آموزشـی ژورنـالیزم، دارالترجمـه هـا و شرکتهای تبلیغات و اعلانات نیز تابع حکم مندرج فقره (۲) این ماده میباشد.

فصل نهم

احکام متفرقه

حق تهیه فلم به اتباع خارجی

ماده سی وهفتم:

اتباع خارجی میتوانند فلم های سینما تو گرافی را در کشور تهیه نمایند،مـشروط بـر اینکـه اجازه قبلی وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم را حاصل نموده باشند.

اطلاع از تغییرات در اساسنامه

ماده سی وهشتم:

۱. مسوولین رسانه های همگانی، مؤسسات نشراتی، نهاد های آموزشی ژورنـالیزم، دارالترجمه ها، مطابع و شرکت های تبلیغات و اعلانـات مکلـف انـد، هـر نـوع تغییراتی که در نوع فعالیت، آدرس و سایر مشخصات منـدرج در ایـن قـانون و اساسنامه مربوط وارد نمایند، وزارت اطلاعات، فرهنـگ و تـوریزم را در جریـان قرار دهند.

۲. مسؤولین رسانه های همگانی، مطابع، مؤسسات نشراتی، نهـاد هـای آموزشـی ژورنالیزم، دارالترجمه ها و شرکت های تبلیغات و اعلانـات مکلـف انـد بخـاطر معلومات احصائیوی، در آغاز هر سال از ادامه یا عدم ادامه فعالیت خـود، وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم را در جریان قرار دهند.

مکلفیت نمایند گی آژانس ها و رسانه های خارجی:

ماده سی ونهم:

۱. نمایندگی های آژانس ها و رسانه های همگانی خـارجی کـه قـصد فعالیـت در داخل افغانستان را دارند، مکلف اند با کسب اجازه فعالیت از وزارت امور خارجـه جمهوری اسلامی افغانستان، وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم را کتباً از کشور مربوط، نوع فعالیت، مدت فعالیت و محل فعالیت شان مطلع سازند.

۲. آژانس ها ورسانه های مندرج فقره (۱) این ماده مکلف به رعایت حکـم مـاده (۳۱) این قانون میباشند.

ثبت کتاب، رساله و ناشر:

ماده چهلم:

کتاب و رساله بعد از نشر توسط ناشر در وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم ثبت گردیـده و صاحب امتیاز آن مکلف است از هر کتاب، رسـاله و نـشریه خـود دو، دو نـسخه بـه وزارت اطلاعات، فرهنگ و توریزم و کتابخانه عامه بفرستند.

پرداخت مالیه:

ماده چهل ویکم:

از عواید رسانه های همگانی طبق احکام قانون مالیه اخذ می گردد.

تاریخ انفاذ

ماده چهل و دوم:

این قانون از تاریخ نشر در جریده رسمی نافذ بوده و با انفاذ آن، قانون رسانه های همگانی منتشره جریده رسمی شماره (۸۲۴) مؤرخ (۱۵) حمل سال ۱۳۸۳ هجری شمسی ملغـی شمرده میشود.

پرنیان منتشر نموده است:

- دروازه‌های بستهٔ تقویم، واصف باختری
- در غیاب تاریخ، واصف باختری
- مویه‌های اسفندیار گمشده، واصف باختری
- در وزشگاه ثانیه‌های شرقی، واصف باختری
- نردبان آسمان، واصف باختری
- ماهیگیر و ماهی طلایی، واصف باختری
- بیان‌نامهٔ وارثان زمین، واصف باختری
- آبهای شعر جهان آلوده نیستند، واصف باختری
- یادنامهٔ غبار، مجموعهٔ مقالات
- جشن جنازه، شفیق پیام
- جهان دل انگیز خبر، منیژه باختری
- آب را باید شست، وحید وارسته
- شگوفه‌ها به بهشت میروند، برنا کریمی
- یادنامهٔ قهار عاصی، مجموعهٔ مقالات
- اخلاق و حقوق در ژورنالیزم، منیژه باختری
- سه پری، منیژه باختری
- سفالینه‌یی چند بر پیشخوان بلورین فردا، واصف باختری
- انگبین نیشخند و شرنگ نوشخند، منیژه باختری
- و...